



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MENABUNG PADA PT. BANK SUMUT
CABANG SYARIAH SIBOLGA**

SKRIPSI

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

Oleh:

YULI NOVIA PASARIBU
NIM. 13 220 0176

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2018**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MENABUNG PADA PT. BANK SUMUT
CABANG SYARIAH SIBOLGA**

SKRIPSI

*Diadakan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

YULI NOVIA PASARIBU
NIM. 13 220 0176

PEMBIMBING I

Nofinawati, SEL., MA
NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II

Windari, SE., MA
NIP. 19830510 201503 2 003

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang. Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080. Faximile(0634) 24022

Dalil :Lampiran Skripsi
a.n. **YULI NOVIA PASARIBU**
Lampiran :7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 4 Mei 2018

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Yuli Novia Pasaribu** yang berjudul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Nofinawati, SE., MA
NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II

Windari, SE., MA
NIP. 19830510 201503 2 003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : YULI NOVIA PASARIBU
NIM : 13 220 0176
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga**

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 Pasal 14 Ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 4 Mei 2018
Saya yang Menyatakan,



YULI NOVIA PASARIBU
NIM. 13 220 0176

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

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YULI NOVIA PASARIBU
Nim : 13 220 0176
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga"**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal, 4 Mei 2018
Yang Menyatakan,



YULI NOVIA PASARIBU
NIM. 13 220 0176



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

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : YULI NOVIA PASARIBU
NIM : 13 220 0176
JUDUL SKRIPSI : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah
Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

Ketua

Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

Sekretaris

Nofinawati, SEI., MA
NIP. 19821116 201101 2 003

Anggota

1. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

2. Nofinawati, SEI., MA
NIP. 19821116 201101 2 003

3. Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

4. Windari, SE., MA
NIP. 19830510 201503 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Tanggal : 26 Juni 2018
Pukul : 14.00 s/d 17.00 wib
Hasil/Nilai : 72,38 (B)
Predikat : AMAT BAIK
IPK : 3,26



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang. Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080. Faximile(0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga

NAMA : YULI NOVIA PASARIBU
NIM : 13 220 0176

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

Padangsidimpuan, 13 Juli 2018

Dekan,



Darwis Harahap, S. HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Skripsi ini berjudul: “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga” ditulis untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat 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 berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, MA selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sumper Mulia Harahap, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI. M.Si Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin Ritonga, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, SEI., MA selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan.
4. Para Dosen/Staf di lingkungan IAIN Padangsidimpuan yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Nofinawati, SEI., MA selaku pembimbing I dan Ibu Windari, SE., MA selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Terimakasih kepada seluruh karyawan pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga yang telah memberikan wawasan kepada penulis selama pelaksanaan magang dan memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan riset/penelitian.
7. Teristimewa keluarga tercinta, Ayahanda Amri Pasaribu, dan Ibunda Awen Nazra yang telah banyak berkorban memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan penulis dan doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada

hentinya. Serta telah menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai kuliah di IAIN Padangsidimpuan. Semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga-Nya. Amiin ya Rabbal Alamin.

8. Terimakasih kepada Kakak dan Adik-adik Saudari Ria Persita Pasaribu, Anna Sari Pasaribu, M. Ari Pratama Pasaribu dan Aldo Saputra Pasaribu yang selama ini telah memberikan dukungan, motivasi dan doa kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada saudara/i tercinta Annisya Fithri Hasibuan S.E, Dinda Muliani Nasution S.E, Karimatunnisa Lubis S.Pd, Mey Wijayanti Lubis dan Rahmat Fajari Manullang S.E yang telah memberikan bantuan dan mensupport dalam penyusunan skripsi saya.
10. Seluruh Rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2013 Jurusan Perbankan Syariah 4 khususnya saudari Lisahroni Matondang, Silfana, Hidayah Lubis, Desi Fadillah Sari Tanjung S.E, Susi Susanti Siregar S.E, Anggina Safitri Sihombing S.E yang selama ini telah berjuang bersama-sama, sejak awal perkuliahan sampai dengan akhir perkuliahan dan memberikan bantuan serta motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi, semoga kita menjadi orang-orang yang sukses. Amin ya Rabbal Alamin.

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.

Padangsidempuan, Mei 2018

Peneliti,

YULI NOVIA PASARIBU
NIM. 13 220 0176

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system 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	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	đad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik 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

2. Vokal

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

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— ُ	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabung anantara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	ai	a dani
و.....	fathah dan wau	au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	fathah dan alifatauya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tandat asydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda syaddah itu.

5. 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.

- a. 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.
- b. 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.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan 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 berup aalif.

7. 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.

8. Huruf Kapital

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

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

9. 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. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : YULI NOVIA PASARIBU
Nim : 13 220 0176
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga**

Latar Belakang masalah dalam penelitian ini adalah Pada tahun 2014 dan tahun 2017 tingkat pertumbuhan nasabah tabungan *Wadi'ah* mengalami penurunan. Keadaan tersebut tidak sejalan dengan teori. Dimana, teori yang menyatakan bahwa pelayanan, promosi dan nilai syariah berpengaruh pada keputusan nasabah, hal ini tercermin pada jumlah nasabah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah pelayanan, promosi, dan nilai syariah berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan, promosi, dan nilai syariah terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang berkaitan dengan pelayanan, promosi, nilai syariah, keputusan nasabah.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan (kuesioner) dengan sampel sebanyak 93 nasabah dengan teknik pengambilan sampel adalah *stratified random sampling* dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan metode analisis regresi linear berganda. Data diolah dengan menggunakan program komputer *SPSS versi 22*.

Hasil dari penelitian secara parsial pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,813 < 1,662$), promosi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,325 > 1,662$), dan nilai syariah juga berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,321 > 1,662$). Secara simultan pelayanan, promosi dan nilai syariah berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($36,893 > 2,15$). Adapun *Adjusted R Square* sebesar 0,539 atau 53,9 persen. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel pelayanan, promosi, dan nilai syariah terhadap Keputusan Nasabah sebesar 53,9 persen, atau dengan kata lain variasi variabel independen yang digunakan dalam model pelayanan, promosi, dan nilai syariah mampu menjelaskan sebesar 53,9 persen variasi variabel dependen Keputusan Nasabah Sedangkan sisanya sebesar 46,1 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, yaitu: produk bank, fasilitas bank, keamanan bank dan citra bank.

Key Word : **Pelayanan, Promosi, Nilai Syariah dan Keputusan Nasabah**

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Definisi Operasional Variabel.....	7
E. Rumusan Masalah.....	9
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	10
H. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	14
1. Keputusan Nasabah	14
a. Pengertian Keputusan Nasabah	14
1) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
a) Faktor Kebudayaan.....	15
b) Faktor Sosial.....	15
c) Faktor Pribadi	15
d) Faktor Psikologis.....	16
2) Proses Keputusan Pembelian	16
a) Pengenalan Masalah	16
b) Pencarian Informasi.....	17
c) Evaluasi Alternatif.....	17
d) Keputusan Pembelian	18
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan	18
1. Nilai Syariah.....	18

2. Pelayanan	19
3. Bagi Hasil.....	19
4. Promosi	19
2. Pelayanan	20
a. Pengertian Pelayanan.....	20
b. Pelayanan dalam Perspektif Islam	20
c. Pelayanan dan Etika Bank	22
d. Tujuan Pelayanan dan Etika Bank.....	22
3. Promosi.....	23
a. Pengertian Promosi.....	23
b. Promosi Dalam Perspektif Islam.....	
c. Tujuan Promosi	25
d. Sarana Promosi Perbankan	27
4. Nilai Syariah.....	29
a. Pengertian Nilai Syariah/Nilai-Nilai Islam.....	29
b. Pembagian Nilai-Nilai Islam	30
c. Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Bank Syariah	33
5. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah	34
6. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah	35
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Pikir	39
D. Hipotesis	40
BAB III Metodologi Penelitian	42
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
B. Jenis Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel	42
1. Populasi	42
2. Sampel	43
D. Sumber Data	44
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	44
1. Angket	45
2. Dokumentasi.....	45
F. Teknik Analisis Data.....	46
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Reliabilitas	47
2. Uji Statistik Deskriptif.....	47
3. Pengujian Asumsi Klasik	48
a. Uji Normalitas.....	48
b. Uji Multikolinearitas.....	48
c. Uji Autokorelasi.....	49
d. Uji Heterokedastisitas	49

4. Analisis Regresi Linear Berganda	50
5. Uji Hipotesis	50
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
b. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	51
c. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)	52

BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga	53
1. Sejarah Singkat PT. Bank Sumut Cabang Syariah	53
2. Visi dan Misi Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.....	54
3. Struktur Organisasi Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga	55
B. Analisa Data dan Pembahasan.....	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	60
C. Uji Statistik Deskriptif.....	62
D. Pengujian Asumsi Klasik	63
1. Uji Normalitas.....	63
2. Uji Multikolinearitas.....	65
3. Uji Autokolerasi.....	66
4. Uji Heteroskedastisitas	66
E. Analisis Regresi Berganda.....	67
F. Uji Hipotesis.....	69
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	69
2. Uji Parsial (Uji t).....	70
3. Uji Simultan (Uji F).....	72
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
H. Keterbatasan Penelitian	77

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	79
B. Saran-Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Wadiah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga Tahun 2012/2016	5
Tabel 1.2	Definisi Operasional Variabel	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 4.1	Uji Validitas Pelayanan	56
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Pelayanan.....	56
Tabel 4.3	Uji Validitas Promosi	57
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Promosi.....	58
Tabel 4.5	Uji Validitas Nilai Syariah	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Nilai Syariah.....	59
Tabel 4.7	Uji Validitas Keputusan Nasabah.....	59
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah	60
Tabel 4.9	Hasil Reliabilitas Pelayanan	60
Tabel 5.0	Hasil Reliabilitas Promosi	61
Tabel 5.1	Hasil Reliabilitas Nilai Syariah	61
Tabel 5.2	Hasil Reliabilitas Keputusan Nasabah.....	62
Tabel 5.3	Hasil Uji Deskriptif Statistik	62
Tabel 5.4	Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 5.5	Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 5.6	Hasil Uji Autokolerasi.....	66
Tabel 5.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 5.8	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 5.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70

Tabel 6.0	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	71
Tabel 6.1	Hasil Uji Simultan (F).....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1	40
Gambar 4.1	55
Gambar 4.2	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, perkembangan perbankan syariah dimulai pada tahun 1992. Walaupun perkembangannya sedikit terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara Muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia terus berkembang. Terbukti, bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit Bank Syariah, namun hingga April 2016 jumlah Bank Syariah di Indonesia berjumlah 199 bank syariah yang terdiri dari 12 Bank Umum Syariah (BUS), 22 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Industri perbankan syariah diprediksi masih akan berkembang dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi¹

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya. Pengambilan keputusan konsumen meliputi semua proses yang dilalui konsumen untuk mengenalimasalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif, dan memilih diantara pilihan-pilihan.²

Berdasarkan definisi di atas, keputusan konsumen merupakan penetapan pilihan nasabah terhadap produk bank untuk dikonsumsi atau

¹<https://akuntansikeuangan.com>, Senin, 04 Juni 2018. Pukul: 21.45 WIB.

²Zoelkifli Kasip, *Perilaku Konsumen Diterjemahkan dari "Consumre Behaviour"* oleh Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk (Indonesia: PT. Mancanan Jaya Cemerlang, 2008), hlm. 485.

tidak. Pilihan itu diputuskan setelah dipertimbangkan, dipikirkan terlebih dahulu. Keputusan juga merupakan perilaku nasabah sebagai proses dalam membuat keputusan menabung atau menggunakan produk yang dibeli, dimana yang menjadi nasabah dalam penelitian ini adalah masyarakat Sibolga.

Salah satu prinsip syariah dalam sistem perbankan adalah digunakannya bagi hasil sebagai pengganti bunga. Inilah yang membedakan perbankan syariah dan perbankan konvensional yang menganut sistem *interest* (bunga) dalam setiap transaksinya.³ Untuk memperkenalkan perbankan syariah memiliki prinsip sistem bagi hasil yang berdasarkan syariah, maka perbankan syariah berupaya melakukan promosi dan pelayanan yang baik kepada nasabah, sehingga nasabah mengetahui manfaat dari produk-produk dan pada akhirnya memutuskan untuk menabung di bank syariah.

Nasabah masa kini dipenuhi oleh banyak pilihan jasa yang mereka beli. Nasabah menentukan pilihan berdasarkan persepsi mereka akan kualitas, pelayanan, dan nilai. Konsumen saat ini semakin terdidik, semakin banyak mempunyai uang, sehingga semakin banyak menuntut dari produsen. Kualitas pelayanan yang mereka tuntut semakin banyak.⁴

Promosi merupakan salah satu bagian dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara

³M. Sulhan dan Ely Siswanto, *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah* (Malang:UIN-Malang Press, 2008), hlm. 126.

⁴Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia), hlm. 274.

perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.⁵

Sistem perbankan syariah sebagai bagian dari konsep ekonomi Islam ke dalam lingkungan ekonomi. Oleh karena itu, perbankan syariah tidak hanya dituntut untuk menghasilkan keuntungan melalui setiap transaksi komersial saja, tetapi juga dituntut untuk mengimplementasikan nilai-nilai syariah yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Al-Hadist.⁶ Untuk memperkenalkan bahwa perbankan syariah tersebut berdasarkan prinsip syariah dan tidak mengandung unsur riba terutama pada sistem bagi hasilnya, maka upaya yang akan dilakukan oleh perbankan syariah dalam memperkenalkan produk-produk dan jasa salah satunya adalah dengan melakukan pelayanan yang bagus, namun tingkat pertumbuhan nasabah tetap tidak mengalami perkembangan begitu pula dengan promosi dilakukan dengan baik melalui brosur, media sosial *face to face* kepada calon nasabah, dan juga promosi mulut ke mulut (*word of mouth*) dengan beberapa aspek seperti mengunjungi lembaga, instansi, pasar, dan sekolah-sekolah, namun perkembangan tingkat pertumbuhan nasabah juga tidak meningkat.⁷ Keputusan untuk membeli barang dan jasa tertentu terkadang merupakan hasil dari proses yang lama dan rumit yang mencakup kegiatan mencari informasi, membandingkan berbagai merek, melakukan evaluasi, dan kegiatan lainnya. Namun terhadap produk

⁵Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta Salemba 4, 2008), hlm. 120.

⁶Abd. Shomad, *Hukum Islam: Penormaan Prinsip Syariah dalam Hukum Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 81.

⁷Wawancara dengan Nasabah, Suriyanto, Rabu 25 April 2018.

lainnya keputusan pembelian dapat terjadi secara mendadak, mungkin hanya dengan melihat produk tersebut dipajang di pasar swalayan dengan harga diskon. Sering ditemui, konsumen kerap kali membeli suatu produk karena dorongan hati yang muncul saat itu.⁸

Penghimpunan dana yang di tawarkan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga seperti tabungan *Wadi'ah* adalah salah satu produk tabungan yang berdasarkan prinsip titipan yaitu prinsip *Yaddamanah*. Karena merupakan dana titipan maka bank tidak memberikan bagi hasil kepada penabung, namun bank boleh memberikan bonus yang besar dan waktu pemberiannya tidak diperjanjikan di awal.⁹

Tabungan *Wadi'ah* merupakan salah satu sumber pendanaan yang cukup besar, oleh karena itu PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga senantiasa dituntut untuk melakukan usaha yang dapat menarik masyarakat untuk menabung, agar target kenaikan jumlah nasabah yang diharapkan pihak bank dapat terus meningkat dalam setiap tahunnya. *Wadi'ah* di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Data Perkembangan Jumlah Nasabah
Produk Tabungan Wadiah PT. Bank SUMUT
Cabang Syariah Sibolga Tahun 2012 s/d 2018

Tahun	Jumlah Nasabah	Tingkat Pertumbuhan
2012	4.777	-
2013	6.198	29,7%
2014	6.746	8,8%
2015	8.163	21%

⁸Morissan, MA, *Periklanan Komunikasi Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 84.

⁹www.bankSUMUT.com, diakses 18 Desember 2017, pukul 23.49 WIB.

2016	10.290	26%
2017	12.858	24,9%
Maret 2018	1.291	-

Sumber : PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah nasabah tabungan *Wadi'ah* pada tahun 2012 sebanyak 4.777. Kemudian di tahun 2013 jumlah nasabah 6.198 dengan tingkat pertumbuhan 29,7%. Pada tahun 2014 tingkat pertumbuhan nasabah tabungan *Wadi'ah* mengalami penurunan menjadi 8,8%. Artinya bahwa tingkat pertumbuhan di tahun 2013-2014 mengalami penurunan. Penurunan jumlah nasabah tersebut dapat mencerminkan bahwa kurangnya kemampuan pelayanan dari suatu perusahaan dan rendahnya promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang dilaksanakan oleh nasabah maupun promosi yang dilakukan oleh pihak bank. Pada tahun 2015 mengalami peningkatan pertumbuhan 21% dan juga pada tahun 2016 mengalami peningkatan pertumbuhan 26%. Dan pada tahun 2017 kembali mengalami penurunan tingkat pertumbuhan menjadi 24,9%.

Dan Togu Harahap juga menyatakan bahwa: Nilai syariah sudah dilaksanakan sesuai prinsip Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga namun tidak semua masyarakat memutuskan untuk menabung. Sehingga tingkat pertumbuhan nasabah tetap tidak berkembang.¹⁰

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengambil tiga variabel yaitu: pelayanan, promosi, dan nilai syariah yang umumnya dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah, serta faktor mana yang paling dominan dari ketiga faktor tersebut yang

¹⁰Wawancara dengan nasabah Togu Harahap, Rabu 25 April.

mempengaruhi keputusan nasabah. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah-masalah pokoknya yaitu:

1. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga sudah melaksanakan pelayanan dengan baik namun tingkat pertumbuhan nasabah pada tahun 2014 tidak meningkat.
2. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga sudah melaksanakan promosi dengan baik namun tingkat pertumbuhan nasabah pada tahun 2014 tidak meningkat.
3. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga telah menerapkan prinsip-prinsip perbankan syariah namun namun tingkat pertumbuhan nasabah pada tahun 2014 tidak meningkat.
4. Pada tahun 2014 dan tahun 2017 tingkat pertumbuhan nasabah tabungan *Wadi'ah* mengalami penurunan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, ada beberapa masalah yang terdapat dalam penelitian ini. Supaya penelitian ini fokus membahas permasalahan penelitian maka peneliti membatasi masalahnya hanya pada

Pelayanan, Promosi, dan Nilai Syariah terhadap nasabah tabungan *Waqi'ah* pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

D. Defenisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka dibuatlah definisi operasional variabel guna menerangkan beberapa istilah yaitu: Pelayanan (X_1), Promosi (X_2), Nilai Syariah (X_3) sebagai variabel bebas (X) atau (*independent variabel*), Keputusan Nasabah Menabung sebagai variabel terikat (Y) atau (*dependent variabel*) mekanisme operasional variabel tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Pelayanan (X_1)	Pelayanan adalah kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya yang berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. ¹¹	a. <i>Tangibles</i> (Kemampuan fisik dan personil) b. <i>Realiability</i> (Keandalan) c. <i>Responsiveness</i> (Rasa tanggung jawab) d. <i>Assurance</i> (Jaminan) e. <i>Empaty</i> (Perhatian) ¹²	Ordinal

¹¹Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

¹²Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hlm. 89-90.

Promosi (X₂)	Promosi adalah salah satu sarana pemasaran perusahaan yang bertujuan agar produk yang dipasarkan dapat dikenal secara luas oleh pihak konsumen sehingga diharapkan meningkatkan volume penjualan. ¹³	a. Periklanan b. Promosi Penjualan c. Publisitas d. Penjualan Pribadi ¹⁴	Ordinal
Nilai Syariah (X₃)	Nilai syariah (Nilai Islam) adalah kumpulan dari prinsip-prinsip hidup, ajaran-ajaran tentang bagaimana manusia seharusnya menjalankan kehidupannya di dunia ini. ¹⁵	a. Kebebasan b. persamaan atau kesetaraan c. Keadilan d. Kebenaran dan kejujuran e. Kerelaan f. Tertulis ¹⁶	Ordinal
Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan adalah memilih satu diantara sekian banyak alternatif, dimana minimal terdapat dua pilihan alternatif dan dalam praktiknya lebih dari dua alternatif dimana pengambil atau pembuat keputusan harus memilih salah satu berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. ¹⁷	a. Pengenalan Kebutuhan b. Pencarian Informasi c. Penilaian Alternatif d. Keputusan Pembelian e. Perilaku Pembelian ¹⁸	Ordinal

¹³Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 96.

¹⁴Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Op.Cit.*, hlm. 380.

¹⁵M. Musrin, *Sistem Nilai dan Pandangan Hidup Serta Relasinya dengan Ilmu Pengetahuan* (Jakarta: Wardah, 2004), hlm. 64.

¹⁶*Op.Cit.*, hlm. 82-83.

¹⁷J Supranto, *Teknik Pengambilan Keputusan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 1.

¹⁸Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasarandi Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 251-256.

E. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh faktor pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga?
2. Apakah ada pengaruh faktor promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga?
3. Apakah ada pengaruh faktor nilai syariah secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga?
4. Apakah ada pengaruh pelayanan, promosi dan nilai syariah secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahannya yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
3. Untuk mengetahui pengaruh nilai syariah secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi dan nilai syariah secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Sibolga.

G. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan terhadap berbagai pihak. Adapun manfaat yang peneliti harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengalaman, pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh peneliti di bangku kuliah, dan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Sarjana (S1) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

2. Bagi Pihak PT. Bank SUMUT Cabang Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah terkait Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung.

3. Bagi Akademik

Sebagai referensi ilmiah dan bahan pertimbangan bagi mahasiswa lain yang ingin melakukan penelitian berikutnya terhadap materi yang berhubungan serta menambah wawasan pembaca tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung.

4. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian ini maka masyarakat diharapkan lebih mengetahui dan memahami, serta dapat menjadi sebuah media pembelajaran bagi masyarakat tentang Tabungan *Wadi'ah* pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan laporan penelitian ini terdiri dari bagian-bagian agar pembaca lebih mudah memahami isinya.

Bab I berisikan mengenai latar belakang skripsi tersebut dibuat dan alasan-alasan yang menjadi pedoman. Dilanjutkan dengan identifikasi masalah yaitu lanjutan yang dibuat dalam penelitian dan mendeteksi permasalahan apa saja yang ada dari latar belakang masalah. Batasan penelitian dibuat untuk mendapatkan hasil yang lebih spesifik dan mendalam. Selanjutnya perumusan masalah dan tujuan penelitian serta variabel penelitian yang dijelaskan satu persatu untuk lebih mudah dipahami dan dapat mengambil poin ini agar dapat mudah dipahami pada pembahasan selanjutnya.

Bab II menjelaskan mengenai landasan teori tentang variabel-variabel yang dicantumkan dalam penelitian seperti definisi lokasi, keputusan serta teori dan pembahasan yang berkaitan demi mendukung hasil penelitian tersebut. Pada bagian ini juga disertakan ayat-ayat yang berkaitan serta penelitian terdahulu sebagai acuan dan memperkuat penelitian. Hipotesis atau

hasil sementara yang disimpulkan juga ada untuk menjelaskan hasil yang diperoleh penelitian sebelum melakukan riset kelapangan.

Bab III menjelaskan mengenai dimanakah lokasi dan waktu yang dilakukan oleh penelitian, serta bagaimana peneliti mengambil data, apakah melalui angket, atau dokumentasi salam penelitiannya. Pada bagian ini juga dijelaskan teknik analisis data apa sajakah yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya serta apa alasan mengapa analisis data tersebut yang digunakan oleh penelitian ini.

Bab IV hasil penelitian yang didalamnya berisikan hasil analisis penelitian berisikan hasil data statistik yang diolah berkaitan dengan teknik analisis data, pembahasan hasil penelitian yaitu menjelaskan hasil dari data yang diolah dalam bagian hasil analisis data, dan keterbatasan hasil penelitian yaitu kekurangan-kekurangan peneliti dalam penyusunan skripsi.

Bab V penutup yang didalamnya berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah jawaban masalah yang dirumuskan dalam pendahuluan skripsi. Pada bagian saran dimuat hal-hal yang perlu direkomendasikan dan ditindak lanjut dari hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan

Menurut Irham Fahmi pengertian Keputusan adalah:

Proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan dari beberapa aspek pilihan.¹

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan adalah proses pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih alternatif, yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, hingga terbentuknya kesimpulan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu.

Keputusan yang dilakukan oleh nasabah/konsumen sama halnya dengan perilaku konsumen yaitu sama-sama memberi keputusan pilihan atas tindakan pembelian barang ataupun jasa. Dari pengetahuan di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah proses pelanggan dalam membuat keputusan membeli, menggunakan barang-barang dan jasa yang dibeli, juga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk atau jasa.

¹Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 14.

1) Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, psikologis dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan. Yaitu sebagai berikut:²

a) Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

b) Faktor Sosial

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok referensi dari konsumen sasaran mereka.

c) Faktor Pribadi

Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna

²Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen 3* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 10.

dalam menganalisis perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk atau merek.

d) Faktor Psikologis

Beberapa kebutuhan yang bersifat biogenetik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu. Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenetik, yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

2) Proses Keputusan Pembelian

Kegiatan pembelian merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang dialami seorang konsumen dalam melakukan tindakan. Tahap-tahap proses keputusan pembelian model lima tahap.³

a) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal (lapar, haus dan sebagainya) dan eksternal (menonton iklan televisi). Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.

³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Diterjemahkan dari "Marketing Management"* oleh Benyamin Molan (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 234.

Mereka kemudian dapat menyusun strategi pemasaran yang memicu minat konsumen. Ini sangat penting pada proses pembelian dengan kebebasan memilih (*discretionary*).

b) Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya dalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level ini, orang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya, orang itu akan mulai aktif mencari informasi untuk mempelajari produk tertentu. Yang menjadi perhatian utama pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh relatif tiap sumber tersebut terhadap keputusan pembelian selanjutnya.⁴

c) Evaluasi Alternatif

Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan dan model-model terbaru yang memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi kognitif. Yaitu, model tersebut menganggap konsumen membentuk penilaian atas produk dengan sangat sadar dan rasional.

⁴*Ibid.*, hlm. 235.

Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.

d) Keputusan Pembelian⁵

Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam beberapa kasus, konsumen bisa mengambil keputusan untuk tidak secara formal mengevaluasi setiap merek.

b. Faktor- Faktor Yang Memengaruhi Keputusan

Dalam penelitian ini peneliti mengambil 3 faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah, yaitu:

1) Nilai Syariah

Dalam mengambil keputusan untuk menggunakan suatu produk bank, nasabah mempertimbangkan beberapa hal seperti faktor nilai syariah, bagi hasil, produk dan promosi.

⁵*Ibid.*, hlm. 237.

Nilai syariah adalah salah satu faktor penentu keputusan konsumsi. Alasan nasabah menabung di bank syariah karena metode bagi hasil yang sesuai syariah, memudahkan nasabah ketika bertransaksi dan tersedia fasilitas tabungan biaya naik haji.⁶

2) Pelayanan

Pelayanan yaitu segala kegiatan yang menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan nasabah sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang.⁷

3) Promosi

Merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi sebagai alat komunikasi untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.⁸

2. Pelayanan

a. Pengertian pelayanan

Pelayanan yaitu segala kegiatan yang menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan nasabah sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang.⁹

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan pelayanan adalah pemberian jasa yang dilakukan satu pihak yaitu bank syariah kepada

⁶Wibowo dan Widodo, *Mengapa memilih bank syariah?*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 87.

⁷Sedyana, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Presko, 1995), hlm. 2.

⁸Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Caps, 2014), hlm. 154.

⁹Sedyana, *Op.Cit.*, hlm. 2.

pihak lain yaitu nasabah dengan tujuan untuk mendapatkan simpati, maupun untuk menarik minat nasabah, dimana pemberian jasa tersebut dibuat dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Pelayanan dan etika pemasaran jasa bank harus dilakukan dengan baik dan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi masyarakat calon nasabah bank bersangkutan. Apabila pelayanan dan etika bank dilakukan dengan baik dan benar maka pemasaran produknya diharapkan akan berhasil baik pula.

Menurut Philip Kotler yaitu:

Pelayanan adalah kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya yang berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.¹⁰

b. Pelayanan dalam perspektif Islam

Ada beberapa hal (etika) yang harus dimiliki oleh para pegawai dalam melayani pelanggan, diantaranya adalah berperilaku baik dan simpatik terhadap pelanggan, berlaku adil, bersikap melayani dan rendah hati, menepati janji dan dapat dipercaya.

1) Berperilaku baik dan simpatik

Al-Quran mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik, dan simpatik dengan orang lain. Dalam memberikan jasa pelayanan, perlakuan adil terhadap pelanggan wajib hukumnya. Sikap adil termasuk diantara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Islam dalam aspek ekonomi.

¹⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 205.

2) Bersikap melayani dan rendah hati

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pegawai dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Cara merebut hati nasabah dengan memberi perhatian serta komunikasi yang sopan, ramah serta murah senyum sehingga bisa membuat nasabah senang.

3) Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Sifat amanah harus dimiliki setiap seorang muslim, apalagi yang memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat.

4) Jujur dan terpercaya

Sikap jujur dipercaya adalah sikap yang harus menghiasi seseorang dalam setiap gerak-geriknya adalah kejujuran. Setiap orang yang menjalankan usahanya haruslah jujur, termasuk dalam memberikan jasa pelayanan kepada setiap pelanggan.

c. Pelayanan dan Etika Bank

Pelayanan dan etika bank sangat penting karena dengan pelayanan dan etika yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari bank-bank saingan. Jika masyarakat simpati, akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk jasa bank itu akan lebih lancar. Pelayanan dan etika bank juga merupakan daya penarik bagi (calon) nasabah untuk menjadi nasabah,

serta tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat antar sesama bank.

d. Tujuan Pelayanan dan Etika Bank

Pelayanan dan etika bank mengharuskan manajer bank berkewajiban dan bertanggung jawab untuk:

- 1) Mengembalikan dana pihak ketiga (DPK) beserta bagi hasilnya tepat waktu sesuai dengan perjanjian disepakati.
- 2) Menjaga kerahasiaan keuangan nasabah bank menurut undang-undang perbankan yang berlaku.
- 3) Memberikan informasi yang akurat dan objektif apabila diminta oleh nasabah yang bersangkutan.
- 4) Ikut memperlancar LLP modern dari transaksi komersial dan finansial.
- 5) Turut menjaga dan memelihara kestabilan nilai rupiah.
- 6) Menjaga dan memelihara koresponden bank diantara sesama bank.
- 7) Menyalurkan kredit secara lebih efektif kepada calon debitur.
- 8) Menyalurkan kredit sesuai dengan undang-undang perbankan.¹¹

3. Promosi

a) Pengertian Promosi

Promosi adalah salah satu kegiatan *marketing mix* yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal

¹¹Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

produk dan jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.¹²

Promosi juga merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik calon nasabah yang baru. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengikatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.

Keputusan untuk membeli barang dan jasa tertentu terkadang merupakan hasil dari proses yang lama dan rumit yang mencakup kegiatan mencari informasi, membandingkan berbagai merek, melakukan evaluasi, dan kegiatan lainnya. Namun terhadap produk lainnya keputusan pembelian dapat terjadi secara mendadak, mungkin hanya dengan melihat produk tersebut dipajang di pasar swalayan dengan harga diskon. Sering ditemui, konsumen kerap membeli suatu produk karena dorongan hati yang muncul saat itu.¹³

Sesuai dengan firman Allah SWT, yang berkaitan dengan promosi disampaikan dalam Al-Quran Surat An-Nisa ayat 58:

¹²Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 74.

¹³Morissan, MA, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 84.

وَإِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
 النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
 سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: ‘Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat’. (Q.S An-Nisa’ : 58)¹⁴

Hubungan dari ayat ini dengan kegiatan promosi adalah amanat dalam melakukan kegiatan, salah satunya kegiatan promosi. Dimana amanat maksudnya adalah menyampaikan hak ataupun apa saja kepada pemiliknya dengan tidak ada pengurangan dan kecurangan di dalamnya.

Berdasarkan definisi di atas promosi adalah usaha untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Menginformasikan jenis-jenis produk bank untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama.

Dalam praktiknya ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan produk dan jasanya, yaitu periklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan pribadi.¹⁵ Sebagaimana yang peneliti ketahui, bahwa pihak PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga dalam mempromosikan produk

¹⁴Dwi Suwikyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Cetakan 1, 2010), hlm. 17.

¹⁵Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 380.

tabungan *Wadi'ah* tersebut sudah melakukan promosi melalui brosur, media sosial dan *face to face*.

Masing-masing sarana promosi ini memiliki tujuan sendiri-sendiri. Misalnya, untuk menginformasikan tentang keberadaan produk dapat dilakukan melalui iklan. Untuk memengaruhi nasabah dilakukan melalui *sales promotion* serta untuk memberikan citra perbankan dapat dilakukan melalui publisitas.

b) Promosi dalam Perspektif Islam.

Promosi atau dalam istilah ekonomi Islam disebut dengan *at-tarwii* adalah merupakan usaha yang dilakukan produsen untuk memperkenalkan produknya kepada kepada konsumen dan mempengaruhi mereka untuk membelinya, baik dilakukan sebelum transaksi maupun sesudahnya. Sebagai seorang muslim memerlukan patokan agar tidak bertentangan dengan tujuan syari'at Islam secara umum, yaitu untuk mewujudkan kemaslahatan dan menghilangkan kerusakan bagi ummat manusia.

Promosi yang sesuai kenyataan hukum melakukan jenis promosi ini adalah mubah atau dibolehkan, terutama jika dalam promosi yang dilakukan tempat usaha yang menginfokan kepada konsumen akan detail barang maupun jasa yang akan dibeli. Di dalam syariat Islam seseorang dibolehkan menyebutkan keistimewaan dan kelebihan yang ada pada dirinya ketika ada masalah besar yang mendorong hal

tersebut. Misalnya untuk memperkenalkan diri kepada orang yang belum mengenalnya atau kemaslahatan lain yang sejenis.¹⁶

c) Tujuan Promosi

Para pemasar melakukan promosi karena sejumlah alasan:¹⁷

- 1) Menyediakan informasi, baik pembeli maupun penjual mendapat manfaat dari fungsi informasi yang sanggup dilakukan oleh promosi.
- 2) Para pembeli menemukan produk baru yang membantunya, dan para penjual dapat menginformasikan kepada calon pelanggan tentang barang – barang dan jasa.
- 3) Merangsang permintaan, salah satu tujuan paling jelas dan langsung dari promosi adalah merangsang permintaan. Para pemasar menginginkan konsumen membeli produk mereka, dan mereka menggunakan promosi untuk membuat konsumen memikirkan tindakan seperti itu.
- 4) Membedakan produk, banyak organisasi mencoba membedakan mereka dan produknya melalui penggunaan promosi. Hal tersebut khususnya penting bagi produk yang secara inheren tidak banyak berbeda dari kompetitor mereka.
- 5) Mengingat para pelanggan saat ini, kemampuan yang ada merupakan pemirsa yang baik untuk pesan promosional. Mengingat para pelanggan akan manfaat-manfaat produk

¹⁶Abd. Shomad, *Hukum Islam Penormaan Prinsip Syariah dalam Hukum Islam* (Jakarta: Kencana, 2010). hlm. 123.

¹⁷Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta: Salemba 4, 2000), hlm 754-755

perusahaan bisa mencegah mereka berpaling kepada pesaing-pesaing pada saat mereka memutuskan untuk mengganti atau memutakhirkan produknya.

- 6) Menghadang pesaing, promosi dapat digunakan untuk menghadang upaya pemasaran dari pesaing. Upaya promosi dirancang untuk saling melawan kampanye periklanan satu sama lain.
- 7) Menjawab berita negatif, kadang kala kompetisi bukanlah penjualan produk serupa dari perusahaan lainnya. Namun juga bisa dari pihak-pihak lain yang mencoba merusak nama baik perusahaan dengan menyebarkan berita-berita negatif.
- 8) Memudahkan fluktuasi-fluktuasi permintaan, banyak perusahaan yang menghadapi tantangan-tantangan permintaan musiman, dimana para pelanggan membeli lebih banyak selama beberapa bulan tertentu dan berkurang pada bulan-bulan lainnya.
- 9) Membujuk para pengambil keputusan, iklan di media cetak atau majalah tertentu dapat memengaruhi para pengambil keputusan yang menjadi pelanggan media tersebut. Demikian pula, perusahaan sering mengirimkan pesan kepada pemilik saham, analisis saham, jasa pemberi nilai kredit, dan pihak-pihak lainnya, yang keputusannya dapat mempengaruhi keputusan perusahaan.

c. Sarana Promosi Perbankan

Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:¹⁸

1) Periklanan (*Advertising*)

Merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, televisi atau radio.

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan bank guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Tujuan lewat iklan adalah berusaha untuk menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya.

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti: Pemasangan *billboard* (papan nama) di jalan-jalan strategis, pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang bank atau pusat-pusat perbelanjaan, pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis, melalui koran, majalah, televisi, radio dan media lainnya.

Agar iklan yang dijalankan efektif dan efisien maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat. Dalam praktiknya program periklanan yang harus dilalui adalah sebagai berikut:¹⁹

(a) Identifikasi pasar sasaran dan motif pembeli

¹⁸Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Op.Cit.*, hlm. 382.

¹⁹*Ibid.*, hlm. 384.

- (b) Tentukan misi yang menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan.
- (c) Anggaran iklan yang ditetapkan.
- (d) Merancang pesan yang akan disampaikan.
- (e) Memilih media yang akan digunakan.
- (f) Mengukur dampak dari iklan.

Untuk melakukan promosi iklan perlu menggunakan sarana media. Penggunaan sarana media ini dilakukan dengan berbagai pertimbangan.

2) Promosi Penjualan (*Sales promotion*)

Merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

3) Publisitas (*Publicity*)

Merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan amal, sosial atau olahraga.

4) Penjualan pribadi (*Personal selling*)

Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.

4. Nilai Syariah (Nilai-Nilai Islam)

- a) Pengertian Nilai Syariah atau Nilai-Nilai Islam

Dalam mengambil keputusan untuk menggunakan suatu produk bank, nasabah mempertimbangkan beberapa hal seperti faktor nilai syariah, bagi hasil, produk dan promosi.

Nilai syariah adalah salah satu faktor penentu keputusan konsumsi. Alasan nasabah menabung di bank syariah karena metode bagi hasil yang sesuai syariah, memudahkan nasabah ketika bertransaksi dan tersedia fasilitas tabungan biaya naik haji.²⁰

Dimana dalam Nilai Syariah terdapat hukum Islam yang dapat diterapkan dalam semua masa, untuk semua bangsa karena di dalamnya terdapat cakupan yang begitu luas dan elastisitas untuk segala zaman dan tempat. Hal ini dikarenakan hukum Islam berdiri atas dua model:²¹

- 1) Hukum Islam memberikan prinsip umum disamping aturan yang mendetail yang diberikan oleh sunah sebagai tafsir dari Al-Qur'an, dengan penetapan hal-hal yang seluas-luasnya dan membuka pintu yang selebar-lebarnya buat kemajuan peradaban manusia.²²
- 2) Hukum Islam yang mengandung peraturan-peraturan yang terperinci dalam hal-hal yang tidak terpengaruh oleh perkembangan masa.²³ Hukum yang dipakai dalam transaksi syariah harus

²⁰Ghufron, Sofiniyah, *Edukasi Profesional Syariah, Konsep dan Implementasi Bank Syariah* (Jakarta: Renaisan, 2015), hlm. 21.

²¹Abd. Shomad, *Hukum Islam penormaam Prinsip Syariah dalam Hukum Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 57.

²²*Ibid.*, hlm. 57.

²³*Ibid.*, hlm. 57.

berlandaskan pada hukum Islam secara *Kaffah*. Sebagai wujud lebih lanjut dari prinsip akidah dan prinsip tasyri'iyah.²⁴

b) Pembagian Nilai-Nilai Syariah (Nilai-Nilai Islam)

Islam merupakan *the comprehensive way of life* bagi setiap muslim. Ajaran-ajarannya bersifat universal ditujukan kepada seluruh umat manusia untuk mencapai kemaslahatan hidup dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Tidak terkecuali dalam aspek ekonomi, Islam sangat menganjurkan umatnya bertebaran di muka bumi untuk mencari karunia Ilahi setelah menuanaikan shalat sebagai ibadah utama dan tiang agama. Anjuran antara lain terwujud dalam aktivitas bisnis perdagangan. Jual beli dan bagi hasil merupakan khasanah klasik dalam kegiatan muamalah yang dianjurkan dalam Islam.

Gemala Dewa memperkenalkan asas dalam perikatan menurut hukum Islam antara lain: (kebebasan), (persamaan atau kesetaraan), (adil), (kerelaan), (kebenaran dan kejujuran), (tertulis).²⁵

1) (kebebasan)

Kontrak dalam hukum Islam harus dilandasi adanya kebebasan berkehendak dan kesukarelaan dari masing-masing pihak yang mengadakan transaksi. Syariat Islam memberikan kebebasan kepada setiap orang untuk melakukan akad sesuai yang diinginkannya, sebaliknya bila ada unsur pemaksaan akan menyebabkan legalitas

²⁴*Ibid.*, hlm. 86.

²⁵Abd. Shomad, *Op.Cit.*, hlm. 81.

kontrak yang dihasilkan batal atau tidak sah. Kebebasan berkontrak memiliki limitasi terhadap hal-hal yang sudah jelas dilarang dalam syariat, antara lain larangan bertransaksi secara ribawi, perjudian (*maysir*, ketidakpastian risiko (*gharar*), atau akad yang mengandung penipuan.²⁶

2) (persamaan atau kesetaraan)

Al-musawah(persamaan atau kesetaraan) asas atau nilai-nilai yang menempatkan para pihak di dalam persamaan derajat, tidak membeda-bedakan walaupun ada perbedaan kulit, bangsa, kekayaan, jabatan, dan lain-lain. Asas ini berpangkal pada kesetaraan kedudukan para pihak yang bertransaksi.²⁷

3) (keadilan)

Al'adalah (keadilan) merupakan asas atau nilai-nilai yang menuntut para pihak yang berkontrak untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan, memnuhi perjanjian yang telah mereka buat, dan memnuhi semua kewajibannya. Asas ini juga berarti bahwa segala bentuk transaksi yang mengandung unsur penindasan tidak dibenarkan.²⁸

4) (kerelaan)

Al-ridha (kerelaan) merupakan asas atau nilai-nilai yang menekankan adanya kesempatan yang sama bagi para pihak untuk menyatakan keinginannya dalam mengadakan transaksi. Pelanggaran

²⁶*Ibid.*, hlm. 82.

²⁷*Ibid.*, hlm. 82.

²⁸*Ibid.*, hlm. 82-83.

terhadap kebebasan berkehendak berakibat tidak dapat dibenarkannya akad tersebut.

5) (kebenaran dan kejujuran)

Ash-sidq (kebenaran dan kejujuran) merupakan asas atau nilai-nilai yang menekankan pada para pihak yang melakukan perjanjian untuk tidak berdusta, menipu dan melakukan pemalsuan. Jika nilai ini tidak dijalankan, maka akan merusak legalitas akad yang dibuat. Karena kejujuran adalah nilai mendasar dalam Islam. Islam adalah nama lain dari kebenaran. Islam melarang tegas melarang kebohongan dan penipuan dalam bentuk apa pun. Sebagaimana Allah menggambarkannya dalam surah *ar-Rum*: 39:

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ
وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ



Artinya: dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).²⁹

Berdasarkan ayat di atas dapat dijelaskan bahwa Allah SWT menyeru kaum muslimin agar memperhatikan perjanjian yang dilakukan oleh pihak yang bertransaksi agar tidak terjadi

²⁹Dwi Suwiknyo, *Op.Cit.*, hlm. 37.

penyimpangan dalam bertransaksi dan dalam pembagian bagi hasil yang diperoleh.

6) *AL-kitabah*(tertulis)

AL-kitabah(tertulis), akad harus dilakukan dengan melakukan merupakan asas nilai-nilai yang mengatur bahwa *kitabah*(penulisan perjanjian, terutama transaksi dalam bentuk kredit) agar akad yang dilakukan benar-benar berada dalam kebaikan bagi semua pihak yang melakukan akad.

c) Penerapan Nilai-Nilai Islam dalam Perbankan Syariah

Penerapan nilai-nilai Islam dalam perbankan syariah dapat dilihat pada saat bank syariah melakukan transaksi keuangan dengan nasabahnya. Pada saat bank syariah melakukan transaksi keuangan dengan nasabahnya maka keduanya akan membuat suatu perjanjian atau akad yang bertujuan untuk mengikat kedua belah pihak tentang perbuatan yang akan dilakukan dalam suatu hal tertentu.

Perbankan syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan dengan kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan senantiasa mendasarkan pada perjanjian (kontrak). Hukum perjanjian Islam yang rukun dan syaratnya telah diatur dalam Al-Qur'an, hadits, *ijma'* dan *qiyas* menjadi relevan dan penting dalam operasi perbankan syariah.

Dalam Al-Qur'an sendiri setidaknya ada dua istilah yang berkaitan dengan perjanjian yaitu kata akad (*al-aqadah*) dalam arti perikatan atau nilai perjanjian dan kata 'ahd (*al-'ahadu*) yang berarti masa pesan, penyempurnaan dan janji atau perjanjian.³⁰

5. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Menurut Kotler "Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Jadi, Pelayanan yaitu segala kegiatan yang menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan nasabah sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang."³¹

Toni Prasetyo Utomo mengatakan dalam penelitian bahwa "Faktor pelayanan bank syariah, faktor pengetahuan tentang konsep bank syariah, dan faktor harga/biaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah."³²

³⁰Abd. Shomad, *Op.Cit.*, hlm.83.

³¹Sedyana, *Op.Cit.*, hlm. 2.

³²Toni Prasetyo Utomo, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang (Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, 2014), hlm. 5.

Hasil pemaparan penelitian di atas dapat disimpulkan pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Karena dengan pelayanan nasabah dapat melayani sesuai kebutuhan dan keinginan nasabah.

6. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah

Pada bagian promosi, peran komunikasi menjadi penting karena komunikasi merupakan pertukaran komunikasi antar pihak bank dan nasabah, pertukaran informasi sangat penting bagi peningkatan hubungan pemasaran, hal ini karena informasi memberikan kesadaran dan pengertian antara pihak bank dan nasabah, pada akhirnya memberikan kepuasan setelah membeli suatu produk.

Informasi yang tersedia akan menentukan banyak alternatif yang akan dievaluasi. Semakin banyaknya media dan makin menarik suatu promosi akan mempengaruhi suatu keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan.

Kusmuriyanto dan Martono mengatakan “Keputusan menabung pada BNI Taplus secara bersama-sama dipengaruhi oleh faktor promosi.”³³

Hasil pemaparan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa, promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Karena dengan promosi nasabah dapat mengetahui produk yang ditawarkan pihak bank agar dapat memutuskan untuk membeli produk tersebut dan untuk itu harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

³³Kusmuriyanto dan Murtono “*Daya Tarik Promosi untuk Produk Tabungan Plus BNI 1946 Analisis Keputusan Menabung Pada Bank BNI Cabang Semarang*” (Jurnal Ekonomi dan Manajemen Universitas Negeri Semarang, 2002), hlm. 31.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Hasil Penelitian
1	Suhailah Nasution (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan), Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Ar-Rahn Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan, 2015.	Dari hasil data yang diolah terdapat pengaruh yang kuat antara produk dan promosi terhadap keputusan nasabah memilih <i>Ar-Rahn</i> Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan, hal tersebut ditunjukkan dengan perolehan R sebesar 0,779. Sedangkan R^2 (<i>R square</i>) sebesar 0, 606 atau 60,6%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel produk dan promosi terhadap variabel keputusan nasabah sebesar 60,6%. Sedangkan sisanya sebesar 39,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.
2	Atanasius Hardian Permana Yogiarto (Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2015) Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan), 2015.	Berdasarkan analisis regresi pada tarif signifikan 5% menunjukkan (1)terdapat pengaruh positif dan signifikan Bagi Hasil terhadap Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan (2)terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan (3)terdapat Pengaruh positif dan terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah (4) Tabungan Mudharabah pada

		Nasabah Bank Muamalat Pekalongan signifikan Bagi Hasil, Promosi, Kualitas Pelayanan Secara bersama-sama terhadap Keputusan penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan.
3	Asti Dwi Putri/ Skripsi, 2016 (UIN Raden Fatah Palembang/Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam), Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menabung pada produk tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang.	Ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi dan kualitas pelayanan secara parsial dan bersama-sama terhadap keputusan menabung
4	Yayan Fauzi/ Skripsi, 2010 (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta/ Fakultas Syariah Ilmu Ekonomi Islam), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah	Hasil kesimpulan dari penelitian ini bahwa faktor syariah dan produk sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Secara parsial <i>religiusitas</i> tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah.
5	Maisur (Program Pasca Sarjana Universitas Syiah Kuala, 2014), Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Syariah di Banda Aceh (2014).	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa prinsip bagi hasil, tingkat pendapatan, religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah.

Ada beberapa faktor yang membedakan antara peneliti dengan judul mereka adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Suhailah Nasution membahas Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih *Ar-Rahn* Pada PT. Pegadaian

(Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan, 2015. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah variabel independen dalam penelitian ini membahas mengenai produk, promosi dan variabel dependen membahas mengenai keputusan nasabah memilih Ar-Rahn. Sedangkan variabel independen dalam penelitian peneliti membahas mengenai Faktor-Faktor yang mempengaruhi nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

2. Penelitian Atanasius Hardian Permana Yogiarto, Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan), 2015. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah lokasi penelitiannya berada pada Bank Muamalat Pekalongan. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan berlokasi pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
3. Penelitian Asti Dwi Putri, Pengaruh Promosi dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Menabung pada produk tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah variabel dependen pada penelitian ini membahas mengenai pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung tabungan BSM. Sedangkan variabel dependen pada penelitian peneliti membahas mengenai Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

4. Penelitian Yayan Fauzi, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah. Adapun Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah yang dibahas mengenai keputusan nasabah menabung untuk keseluruhan perbankan syariah. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan hanya pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
5. Penelitian Maisur, Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Syariah di Banda Aceh (2014). Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah Maisur membahas mengenai Pengaruh Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Syariah. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan membahas mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

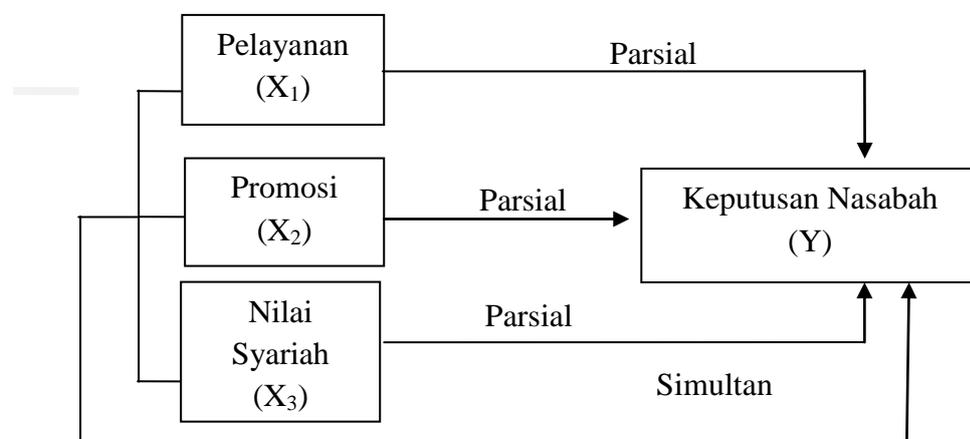
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang di susun dari berbagai teori yang telah di deskripsikan.³⁴ Kerangka pikir penelitian merupakan urutan-urutan logis dari pemikiran peneliti untuk memecahkan suatu masalah penelitian, yang dituangkan dalam bentuk bagan atau penjelasannya.

³⁴Sugiyono, *Metode penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 89.

Berdasarkan dari kajian teori di atas peneliti mengkaji dan meneliti apakah pelayanan, promosi dan nilai syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga, maka diperoleh kerangka berfikir sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.³⁵ Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah

H_{a1} : Terdapat pengaruh pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

³⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 63-64.

- H₀₁ : Tidak terdapat pengaruh pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
- H_{a2} : Terdapat pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
- H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
- H_{a3} : Terdapat pengaruh nilai syariah secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
- H₀₃ : Tidak terdapat pengaruh nilai syariah secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
- H_{a4} : Terdapat pengaruh pelayanan, promosi, nilai syariah secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
- H₀₄ : Tidak terdapat pengaruh pelayanan, promosi dan nilai syariah secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga yang beralamat Jl. SM Raja no 58 C Kelurahan Pancuran Gerobak Sibolga Kota, Provinsi Sumatra Utara. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan November 2017 sampai bulan April 2018.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lainnya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pengertian populasi (universal), adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹ Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah aktif tabungan *Wadi'ah* yang memiliki rekening di Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga 1.291 nasabah per 31 Maret 2018.

¹Rosady Ruslan, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 133.

2. Sampel

Sampel adalah sebahagian atau wakil populasi yang diteliti.² Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *stratified random sampling*.

Menurut Juliansyah Noor, *stratified random sampling* adalah:

Teknik membantu menaksir parameter populasi, mungkin terdapat subkelompok elemen yang bisa di identifikasikan dalam populasi yang dapat diperkirakan memiliki parameter yang berbeda pada suatu variabel yang diteliti.³

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:⁴

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Presentasi Tingkat Kesalahan Sampel

Dengan demikian, karena jumlah populasi sangat besar yaitu 1291 nasabah, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{1291}{1 + 1291 (0,1)^2}$$

$$n = 92,84$$

$$n = 93 \text{ orang}$$

²Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), hlm. 90.

³Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 151.

⁴Suharsimi Arikunto, *Op.Cit.*, hlm. 150.

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 92,84 dan dibulatkan menjadi 93 nasabah aktif tabungan *Waqi'ah*. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dengan menggunakan *stratified random sampling* yaitu Teknik membantu menaksir parameter populasi, mungkin terdapat subkelompok elemen yang bisa di identifikasikan dalam populasi yang dapat diperkirakan memiliki parameter yang berbeda pada suatu variabel yang diteliti.⁵

D. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek peneliti sebagai informasi. Untuk penelitian ini data primer bersumber dari nasabah aktif tabungan *Waqi'ah* pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.
2. Data sekunder (data pelengkap) merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.⁶ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan hasil dalam penelitian, penulis harus menentukan metode dan instrumen penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto, Instrumen

⁵ Juliansyah Noor, *Op.Cit.*, hlm. 151.

⁶ *Ibid.*, hlm. 42.

penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.⁷

Untuk skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi sangat positif sampai negatif yang berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif. Pertanyaan atau pernyataan ini akan menghasilkan skor bagi tiap-tiap sampel yang mewakili setiap nilai skor.

1. Angket (Kuisisioner)

Angket atau kuisisioner adalah teknik pengumpulan data melalui cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁸

Untuk skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi sangat positif sampai negatif yang berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif. Pertanyaan atau pernyataan ini akan menghasilkan skor bagi tiap-tiap sampel yang mewakili setiap nilai skor.

⁷Suharsimi Arikunto, Op.Cit., hlm. 57.

⁸Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 111.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁹

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Setelah terkumpul dari hasil pengumpulan data maka akan diolah dengan dengan bantuan metode *SPSS* Versi 22 sebagai alat hitung.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a) Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti suatu alat ukuran yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.¹⁰

Validitas mengacu pada seberapa jauh suatu ukuran empiris cukup menggambarkan arti sebenarnya dari konsep yang tengah diteliti.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 240.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 109.

Dengan kata lain, suatu instrumen pengukuran yang valid mengukur apa yang seharusnya diukur, atau mengukur apa yang hendak diukur.¹¹

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah pengujian terhadap suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Jadi reliabilitas dilakukan dengan tujuan mengetahui konsistensi dan instrumen alat ukur, sehingga hasil ukurannya dapat dipercayai.¹²

Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut *reliable* atau memiliki keandalan jika konsisten memberi jawaban yang sama.¹³ Reliabilitas merupakan derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisis konsisten butir-butir yang ada.¹⁴

2. Uji Statistik Deskriptif.

Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.¹⁵ Termasuk dalam

¹¹Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 103.

¹²Suharsimi Arikunto, *Op.Cit.*, hlm. 112.

¹³Morissan, *Metode Penelitian Survei*, *Op.Cit.*, hlm. 99.

¹⁴Husein Umar, *Op.Cit.*, hlm. 82.

¹⁵Sugiyono, *Metode Penelitian*, *Op.Cit.*, hlm. 142.

statistik deskriptif antara lain penyajian data berupa mean, *standard deviation*, minimum, maksimum, dan lain-lain.

3. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengujinya digunakan normal *probability plot* yaitu apabila grafik menunjukkan arah garis diagonal maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Uji kenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan *one sample kolmogorov-Smirnov*.¹⁶ Uji ini digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation*

¹⁶Husein Umar, *Op.Cit.*, hlm. 181.

(VIF) dan *tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.¹⁷

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *autokorelasi*, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan lain pada model regresi.¹⁸

Metode pengujian menggunakan uji *Durbin Watson* (DW test).

Pengambilan keputusan pada uji *Durbin Watson* sebagai berikut:¹⁹

- a. $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi *autokorelasi*.
- b. $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi *autokorelasi*.
- c. $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Macam-macam uji heteroskedastisitas antara lain adalah dengan uji *Koefisien Korelasi Spearman's Rho*, melihat titik-titik pada grafik regresi, uji *Park*, dan uji *Glejser*.

¹⁷Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014), hlm. 103.

¹⁸Duwi Priyatni, *SPSS 22 Pengolahan data Terpraktis* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014), hlm. 106.

¹⁹*Ibid.*, hlm. 106.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode uji glejser, dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residual. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dan absolut residual lebih dari 0,1 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.²⁰

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antar dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda dengan 3 variabel independen sebagai berikut:²¹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

- Y : Nilai Prediksi variabel dependen (keputusan menabung)
- a : Konstanta, yaitu nilai Y jika X_1, X_2 dan $X_3 = 0$
- $b_1b_2b_3$: Koefisien Regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X_1, X_2 dan X_3
- X_1 : variabel independen (pelayanan)
- X_2 : variabel independen (promosi)
- X_3 : variabel independen (nilai syariah)

²⁰*Ibid.*, hlm. 108-115.

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2000), hlm. 277.

5. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, pengujian dapat dilakukan dengan :

a) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.²² Uji ini menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nilai *Adjusted R Square* biasanya digunakan untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel independen.²³

b) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, maka digunakan tingkat signifikansi 0,1 setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap perubahan nilai terikat.

²²Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 240.

²³*Op.Cit.*, hlm. 142.

2) Jika $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.²⁴ Artinya masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel terikat.

c) Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.²⁵ Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun rumusan hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

H_0 = Pelayanan, Promosi, Nilai Syariah bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

H_a = Pelayanan, Promosi dan Nilai Syariah bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

Nilai F_{tabel} diperoleh dengan menggunakan tabel F pada tingkat signifikansi 0,1 dengan df (jumlah variabel - 1) = 2, dan df (n - k - 1), dimana n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima.

2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak.²⁶

²⁴Syafrizal Helmi Situmorang, dkk, *Analisis data Penelitian* (Medan: USU Pers, 2008), hlm. 115.

²⁵*Ibid.*, hlm. 114.

²⁶Dwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 157-158

BAB IV

HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

1. Sejarah Singkat Bank Sumut Cabang Syariah

Pendirian Unit Usaha Syariah didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi.

Gagasan dan wacana mendirikan unit/devisi usaha syariah yang sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan *stake holder* PT. Bank SUMUT, khususnya direksi dan komisaris yaitu sejak dikeluarkan undang-undang No. 10 Tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan unit usaha syariah. Pendirian unit usaha syariah didasarkan pada kegiatan untuk menjalankan sistem ekonomi islam agar semua produk-produk bank syariah dapat diketahui oleh masyarakat luas, sistem bank syariah merupakan sistem yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan Al-hadist adapun yang dijual bank syariah adalah bagi hasil, jual beli dan sewa.

PT. Bank SUMUT Unit Usaha Syariah diresmikan pada tanggal 04 November 2004, dengan dibukanya 2 unit Kantor Operasional yaitu:

- a. Kantor Cabang Syariah Medan

b. Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan¹

Sejalan dengan beriringnya waktu, sampai dengan tahun 2014 Bank SUMUT Unit Usaha Syariah telah memiliki 22 kantor operasional yang terdiri dari 5 kantor Cabang dan 17 kantor Cabang Pembantu yang tersebar di Medan dan kota-kota besar lainnya di Sumatera Utara.

PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga yang beralamat di jalan SM Raja no 58 C Kelurahan Pancuran Gerobak samping terminal terpadu Sibolga. Peresmianya dilakukan oleh Direktur PT. Bank SUMUT Gus Irawan Pasaribu pada hari Jumat 10 Oktober 2010.

Gus Irawan mengatakan, pembukaan Kantor Cabang ini untuk melayani kebutuhan masyarakat di kota Sibolga dan Kabupaten Tapanuli Tengah akan transaksi perbankan dengan sistem syariah, dengan dilengkapi fasilitas mesin anjungan tunai mandiri atau ATM.

2. Visi dan Misi Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga

Visi yang ditetapkan oleh Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga adalah Meningkatkan keunggulan Bank SUMUT Syariah dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip Syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah, dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.

Misi dari PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga adalah Meningkatkan posisi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga melalui

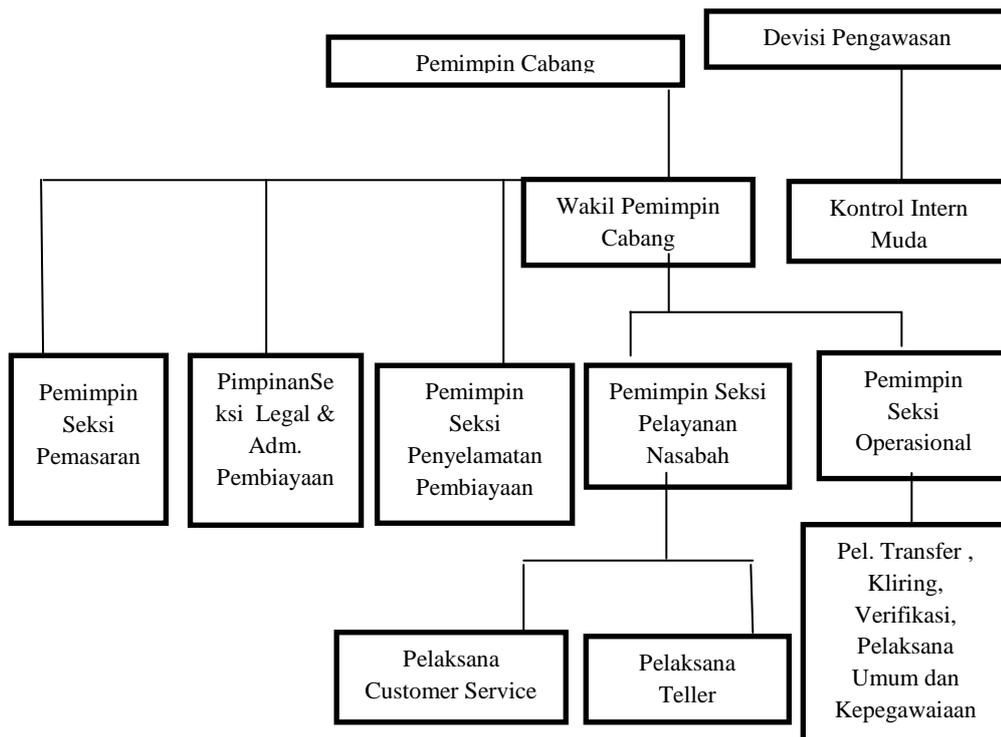
¹www.banksumut.com

prinsip layanan perbankan Syariah yang aman, adil, dan saling menguntungkan serta dikelola secara profesional dan amanah.²

Melalui pengembangan layanan perbankan syariah diharapkan PT. Bank SUMUT dapat berperan lebih besar sesuai dengan visi dan misinya. Lebih lanjut, pengembangan usaha ini juga di targetkan dapat meningkatkan profitabilitas PT. Bank SUMUT sekaligus memperkuat tingkat kesehatannya.³

3. Struktur Organisasi Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah
Sibolga



²www.banksumut.com

³www.banksumut.com

B. Analisa Data dan Pembahasan

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Setelah terkumpul dari hasil pengumpulan data maka akan diolah dengan bantuan metode *SPSS Versi 22* sebagai alat hitung.

1. Uji Validitas

a. Uji Validitas Pelayanan

Tabel 4.1
Uji Validitas Pelayanan
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1X1	296,7379158	943,519	,557	,906
Q2X1	295,8777007	941,757	,600	,905
Q3X1	296,3830771	948,994	,484	,906
Q4X1	296,7701739	939,990	,550	,905
Q5X1	296,2217868	938,310	,694	,905
Q6X1	296,1357653	951,083	,506	,906
Q7X1	296,3938298	941,409	,592	,905
Q8X1	296,5658728	948,214	,477	,906
Q9X1	296,2217868	938,310	,694	,905
PELAYA NAN	264,5013567	742,944	,875	,899

Sumber: Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Pelayanan

No Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,557	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n = 93. Pada taraf signifikan 10%	Valid
2	0,600		Valid
3	0,484		Valid
4	0,550		Valid
5	0,694		Valid
6	0,506		Valid
7	0,592		Valid

8	0,477	sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1698$.	Valid
9	0,694		Valid

Dari hasil uji validitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-9 adalah valid. Berdasarkan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ untuk $n = 93$ adalah 0,1698 . Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

b. Uji validitas Promosi

Tabel 4.3
Uji Validitas Promosi

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1X2	296,0389911	950,710	,568	,906
Q2X2	295,9529696	943,876	,548	,906
Q3X2	296,1357653	948,804	,521	,906
Q4X2	295,7056577	957,451	,406	,907
Q5X2	295,9422169	944,004	,544	,906
Q6X2	296,1572706	949,210	,519	,906
Q7X2	296,6196362	945,451	,559	,906
Q8X2	295,9422169	944,004	,544	,906
Q9X2	296,1572706	949,210	,519	,906
PROMOSI	261,8454427	782,696	,746	,902

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Promosi

No Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,568	Instrumen valid,	Valid
2	0,548		Valid
3	0,521		Valid

4	0,406	jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 93$. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,1698.	Valid
5	0,544		Valid
6	0,519		Valid
7	0,559		Valid
8	0,544		Valid
9	0,519		Valid

Dari hasil uji validitas promosi dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-9 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $n = 93$ adalah 0,1698. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

c. Uji Validitas Nilai Syariah

Tabel 4.5
Uji Validitas Nilai Syariah
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1X3	296,2110341	938,492	,671	,905
Q2X3	296,3400663	945,690	,640	,906
Q3X3	296,3723244	947,163	,610	,906
Q4X3	296,6088835	948,926	,481	,906
Q5X3	296,7701739	944,539	,554	,906
Q6X3	296,3508190	941,668	,664	,905
Q7X3	296,0604964	941,979	,697	,905
Q8X3	296,3400663	945,690	,640	,906
Q9X3	296,3723244	947,163	,610	,906
NILAISYA RIAH	264,6196362	753,216	,838	,900

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Nilai Syariah

No Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,671	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 93$. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1698$.	Valid
2	0,640		Valid
3	0,610		Valid
4	0,481		Valid
5	0,554		Valid
6	0,664		Valid
7	0,697		Valid
8	0,640		Valid
9	0,610		Valid

Dari hasil uji validitas nilai syariah dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-9 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $n = 93$ adalah 0,1698. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

d. Uji Validitas Keputusan Nasabah

Tabel 4.7
Uji Validitas Keputusan Nasabah

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1Y	296,2217868	942,819	,513	,906
Q2Y	296,1142599	939,743	,590	,905
Q3Y	295,9637223	939,976	,704	,905
Q4Y	296,0067330	945,680	,488	,906
Q5Y	295,9637223	935,640	,714	,905
Q6Y	295,9959803	944,106	,597	,905
Q7Y	295,9637223	939,976	,704	,905
Q8Y	296,0067330	945,680	,488	,906
Q9Y	296,0174857	952,586	,375	,907

KEPUTUSANNA SABAH	261,4475932	738,996	,850	,901
----------------------	-------------	---------	------	------

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah)

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah

No Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,513	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 93$. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1698$.	Valid
2	0,590		Valid
3	0,704		Valid
4	0,488		Valid
5	0,714		Valid
6	0,597		Valid
7	0,704		Valid
8	0,488		Valid
9	0,375		Valid

Dari hasil uji validitas keputusan nasabah dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-9 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $n = 93$ adalah 0,1698 . Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Pelayanan

Tabel 4.9
Hasil Reliabilitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,828	9

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel pelayanan adalah $0,828 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel pelayanan (X_1) adalah reliabel.

b. Uji Reliabilitas Promosi

Tabel 5.0
Hasil Reliabilitas Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,849	9

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel promosi adalah $0,849 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel promosi (X_2) adalah reliabel.

c. Uji Reliabilitas Nilai Syariah

Tabel 5.1
Hasil Reliabilitas Nilai Syariah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,881	9

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah)

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel nilai syariah adalah $0,881 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel nilai syariah (X_3) adalah reliabel.

d. Uji Reliabilitas Keputusan Nasabah

Tabel 5.2
Hasil Reliabilitas Keputusan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,838	9

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah)

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel Keputusan Nasabah adalah 0,838 > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel keputusan nasabah (Y) adalah reliabel.

C. Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang statisitik data seperti *min*, *max*, *mean*, *sum* , *standar deviasi*. *variance*, *range*. Statistik deskriptif berfungsi menerangkan keadaan, gejala, atau persoalan. Berikut ini disajikan hasil uji statistik deskriptif penelitian ini.

Tabel 5.3
Hasil Uji Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PELAYANA	93	19	45	35,85	4,366
PROMOSI	93	23	45	38,51	4,093
NILAISYARIAH	93	22	45	35,73	4,314
KEPUTUSAN NASABAH	93	26	45	38,90	4,557
Valid N (listwise)	93				

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa untuk variabel Pelayanan dengan jumlah data (N) adalah 93, nilai minimum 19, nilai maksimum 45, nilai rata-rata 35,85, dan standar deviasi 4,366. Variabel Promosi jumlah data (N) adalah 93, nilai minimum 23, nilai maksimum 45, nilai rata-rata 38,51, dan standar deviasi 4,093. Variabel Nilai Syariah jumlah data (N) adalah 93, nilai minimum 22, nilai maksimum 45, nilai rata-rata 35,73, dan standar deviasi

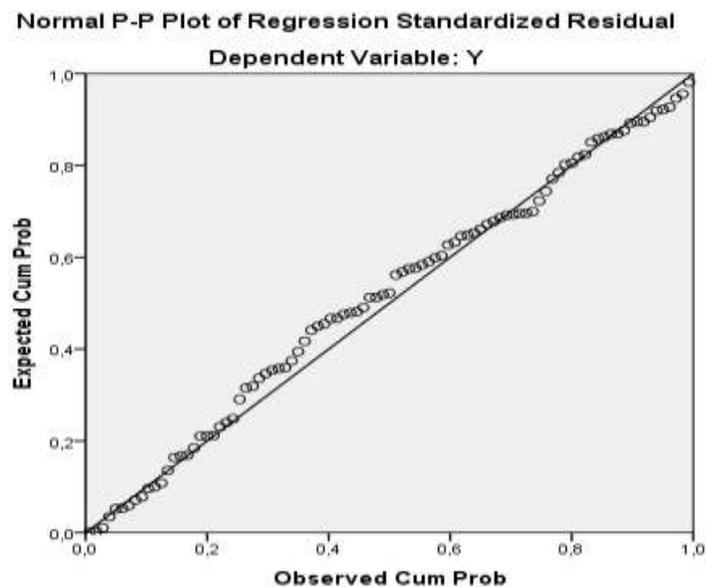
4,314. Variabel Keputusan Nasabah jumlah data (N) adalah 93, nilai minimum 26, nilai maksimum 45, nilai rata-rata 38,90, dan standar deviasi 4,557.

D. Pengujian Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-Plot of *regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut telah normal.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas



Dari gambar grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut terdistribusi secara normal.

Uji normalitas juga dapat diuji dengan *one sample kolmogorov-Smirnov*. Uji ini digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,1.

Tabel 5.4
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	3,04433331
Most Extreme	Absolute	,074
Differences	Positive	,039
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas terlihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,200 lebih besar dari nilai signifikan 0,1 ($0,200 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji *Kolmogorov Simirnov*.

2. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5.5
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
PELAYANAN	,217	4,598
PROMOSI	,526	1,900
NILAISYARIAH	,264	3,784

a. Dependent Variable: KEPUTUSANNASABAH

Dari *output* di atas dapat diketahui bahwa nilai VIF dari variabel pelayanan = 4,598, variabel promosi = 1,900, dan variabel nilai syariah = 3,784 yaitu kurang dari 10, dan *tolerance* dari variabel pelayanan = 0,217 variabel promosi = 0,526 variabel nilai syariah 0,264 yaitu lebih besar dari 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel pelayanan, promosi dan nilai syariah tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *autokorelasi*, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan lain pada model regresi.⁴ Metode pengujian menggunakan uji *Durbin Watson* (DW test).

Pengambilan keputusan pada uji *Durbin Watson* sebagai berikut:⁵

- a. $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi *autokorelasi*.
- b. $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi *autokorelasi*.

⁴Duwi Priyatni, *SPSS 22 Pengolahan data Terpraktis* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014), hlm. 106.

⁵*Ibid.*, hlm. 106.

c. $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Tabel 5.6
Hasil Uji Autokolerasi
Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	2.163

a. Predictors: (Constant), NILAISYARIAH, PROMOSI, PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSANNASABAH

Berdasarkan hasil *output* di atas nilai *Durbin Watson* sebesar 2,163. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikan 0,1 dan jumlah data $n = 89$ serta $k = 3$ diperoleh nilai DU sebesar 1,7254 artinya tidak terjadi *autokorelasi* karena $DU < DW < 4-DU$ ($1,7254 < 2,163 < 2,2746$). Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi *autokorelasi*. Uji Heteroskedastisitas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode uji *glejser*. Uji *glejser* dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residual. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dan absolut residual lebih dari 0,1 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 5.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Sig.
(Constant)	0,308
PELAYANAN	0,806
PROMOSI	0,794
NILAISYARIAH	0,703

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil *output* di atas dapat dijelaskan bahwa signifikan pelayanan sebesar 0,806 promosi sebesar 0,794 nilai syariah sebesar 0,703. Maka dari nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0,1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antar dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda dengan 3 variabel independen sebagai berikut:⁶

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y : Nilai Prediksi variabel dependen (keputusan menabung)

a : Konstanta, yaitu nilai Y jika X_1, X_2 dan $X_3 = 0$

$b_1b_2b_3$: Koefisien Regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X_1, X_2 dan X_3

X_1 : variabel independen (pelayanan)

X_2 : variabel independen (promosi)

X_3 : variabel independen (nilai syariah)

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2000), hlm. 277.

Tabel 5.8
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	6,807	3,234
PELAYANAN	,287	,158
PROMOSI	,253	,109
NILAISYARIAH	,338	,146

a. Dependent Variable: KEPUTUSANNASABAH

Nilai-nilai pada *output* kemudian dimasukkan ke dalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Keputusan Menabung} = 6,807 + 0,287\text{Pelayanan} + 0,253\text{Promosi} + 0,338\text{NilaiSyariah}$$

Penjelasan di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta 6,807 artinya bahwa faktor pelayanan, promosi dan nilai syariah nilainya adalah 0, maka keputusan nasabah menggunakan tabungan *Wadi'ah* nilainya adalah 6,807.
2. Koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,287, artinya apabila variabel pelayanan bertambah sebesar 1 satuan maka peningkatan produk tabungan *Wadi'ah* adalah sebesar 28,7 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dengan keputusan nasabah menggunakan tabungan *Wadi'ah*, semakin naik pelayanan maka semakin meningkat keputusan nasabah menggunakan tabungan *Wadi'ah*.

3. Koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,253, artinya apabila variabel promosi bertambah sebesar 1 satuan maka peningkatan produk tabungan *Wadi'ah* adalah sebesar 25,3 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dengan keputusan nasabah menggunakan tabungan *Wadi'ah*, semakin naik promosi maka semakin meningkat keputusan nasabah menggunakan tabungan *Wadi'ah*.
4. Koefisien regresi variabel nilai syariah sebesar 0,338, artinya apabila variabel nilai syariah bertambah sebesar 1 satuan maka peningkatan produk tabungan *Wadi'ah* adalah sebesar 33,8 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara nilai syariah dengan keputusan nasabah menggunakan tabungan *Wadi'ah*, semakin baik nilai syariah maka semakin meningkat keputusan nasabah menggunakan tabungan *Wadi'ah*.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji ini menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nilai *Adjusted R Square*. *Adjusted R Square* biasanya digunakan untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel independen.

Tabel 5.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,744 ^a	,554	,539	3,095

a. Predictors: (Constant), NILAISYARIAH, PROMOSI, PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSANNASABAH

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,539 atau 53,9%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel pelayanan, promosi, dan nilai syariah terhadap variabel Keputusan Nasabah Menabung sebesar 53,9%, atau dengan kata lain variasi variabel independen yang digunakan dalam model pelayanan, promosi, dan nilai syariah mampu menjelaskan sebesar 53,9% variasi variabel dependen Keputusan Nasabah Menabung. Sedangkan sisanya sebesar 46,1 persen dijelaskan oleh variabel lain yaitu bagi hasil, produk bank syariah, keamanan serta fasilitas yang diberikan pihak bank, sistem manajemen yang baik, dan pendidikan atau pengetahuan tentang bank syariah yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel pelayanan, promosi, dan nilai syariah berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap Keputusan Nasabah Menabung. Nilai t tabel diperoleh dengan menggunakan tabel t. t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi $0,10/2$ dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$. Dimana n adalah

jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah:

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

Tabel 6.0
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	t	Sig.
1 (Constant)	2,105	,038
PELAYANAN	1,813	,073
PROMOSI	2,325	,022
NILAISYARIAH	2,321	,023

a. Dependent Variable: KEPUTUSANNASABAH

Berdasarkan hasil *output* di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Uji parsial pelayanan dengan nilai hitung pelayanan sebesar 1,813 dan nilai t_{tabel} 1,662. Tabel distribusi t dicari dengan derajat kebebasan (df) = $93-3-1 = 89$. Hasil analisis data uji t menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,813 > 1,662$), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak, artinya secara parsial variabel pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung.
- b. Uji parsial promosi dengan nilai t_{hitung} promosi sebesar 2,325 dan nilai t_{tabel} 1,662. Tabel distribusi t dicari dengan derajat kebebasan (df) = $93-3-1 = 89$. Hasil analisis data uji t menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,325 > 1,662$), maka dapat

disimpulkan H_0 ditolak, artinya secara parsial variabel promosi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

- c. Uji parsial nilai syariah dengan nilai t_{hitung} nilai syariah sebesar 2,321 dan nilai t_{tabel} 1,662. Tabel distribusi t dicari dengan derajat kebebasan (df) = $93-3-1 = 89$. Hasil analisis data uji t menunjukkan bahwa variabel nilai syariah memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,321 > 1,662$), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak, artinya secara parsial variabel nilai syariah berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengkaji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai F_{tabel} diperoleh dengan menggunakan tabel F pada tingkat signifikansi 0,1 dengan df 1 (jumlah variabel-1) = 2, dan df ($n-k-1$), dimana n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

Tabel 6.1
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		df	F	Sig.
1	Regression	3	36,793	,000 ^b
	Residual	89		
	Total	92		

a. Dependent Variable: KEPUTUSANNASABAH

b. Predictors: (Constant), NILAISYARIAH, PROMOSI, PELAYANAN

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} pelayanan, promosi dan nilai syariah sebesar 36,793 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,15. Tabel

distribusi F dicari dengan derajat kebebasan (df) = $93-3-1 = 89$. Hasil analisis data uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($36,793 > 2,15$) maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara simultan antara variabel pelayanan, promosi, dan nilai syariah terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga. Dari hasil penelitian ini sebagaimana yang telah dicantumkan di atas, yang dianalisis dengan menggunakan *SPSS versi 22* menunjukkan hasil dari koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,539 atau 53,9%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel pelayanan, promosi dan nilai syariah terhadap variabel Keputusan Nasabah Menabung sebesar 53,9%, atau dengan kata lain variasi variabel independen yang digunakan dalam model pelayanan, promosi dan nilai syariah mampu menjelaskan sebesar 53,9% variasi variabel dependen Keputusan Nasabah Menabung. Sedangkan sisanya sebesar 46,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti yaitu: bagi hasil, produk, dan citra bank, dan fasilitas bank dan keamanan bank.

Perhitungan statistik dengan menggunakan *SPSS* yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan cukup baik untuk menerangkan perkembangan Keputusan Nasabah Menabung. Dari seluruh variabel bebas yang dimasukkan dalam penelitian ini, ternyata tidak semua variabel bebas berpengaruh signifikan. Dalam penelitian ini hanya pelayanan,

promosi dan nilai syariah yang berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

Selanjutnya hasil interpretasi dari hasil regresi tersebut terhadap signifikansi masing-masing variabel yang diteliti dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Hasil regresi pelayanan menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh dari hasil koefisien sebesar 0,287. Hal ini berarti pelayanan memiliki hubungan positif terhadap Keputusan Nasabah Menabung, dimana apabila variabel nilai syariah bertambah sebesar 1 satuan maka peningkatan produk tabungan *Wadi'ah* adalah sebesar 28,7 satuan. Adapun dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikansi 0,1 maka t_{hitung} sebesar 1,813. Hal ini berarti pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah Menabung, yang terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,813 < 1,662$).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Atanasius Hardian Permana (2015) yang berjudul Pengaruh bagi hasil, promosi, kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan Mudharabah Syariah (Studi kasus pada nasabah bank muamalat pekalongan). Yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah.

Hal ini sejalan dengan teori Herry Sutanto dan Khaerul Umam” Nasabah masa kini dipenuhi oleh banyak pilihan jasa yang mereka beli. Nasabah menentukan pilihan berdasarkan persepsi mereka akan kualitas,

pelayanan, dan nilai. Konsumen saat ini semakin terdidik, semakin banyak mempunyai uang, sehingga semakin banyak menuntut dari produsen. Kualitas pelayanan yang mereka tuntut semakin banyak.”⁷ Oleh karena itu, semakin bagus pelayanan maka nasabah akan semakin tertarik sehingga memutuskan untuk menabung.

2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Hasil regresi promosi menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh dari hasil koefisien sebesar 0,253. Hal ini berarti promosi memiliki hubungan positif terhadap Keputusan Nasabah Menabung, dimana apabila variabel nilai syariah bertambah sebesar 1 satuan maka peningkatan produk tabungan *Wadi'ah* adalah sebesar 25,3 satu satuan. Adapun dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikansi 0,1 maka t_{hitung} sebesar 2,325. Hal ini berarti promosi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung, yang terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,325 > 1,662$).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Atanasius Hardian Permana Yogiarto (2015) yang berjudul Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan). Yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

Hal ini sejalan dengan teori Rambat Lupiyoadi dan Hamdani “ Promosi merupakan salah satu bagian dalam bauran pemasaran yang sangat

⁷Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia), hlm. 274.

penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.”⁸ Oleh karena itu, semakin bagus promosi yang dilakukan maka semakin memengaruhi konsumen untuk memutuskan menjadi nasabah.

3. Pengaruh Nilai Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Hasil regresi nilai syariah menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh dari hasil koefisien sebesar 0,338. Hal ini berarti nilai syariah memiliki hubungan positif terhadap Keputusan Nasabah Menabung, dimana apabila variabel nilai syariah bertambah sebesar 1 satuan maka peningkatan produk tabungan *Wadi'ah*, adalah sebesar 33,8 satuan. Adapun dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikansi 0,1 maka t_{hitung} sebesar 2,321. Hal ini berarti nilai syariah memiliki pengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung, yang terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,321 > 1,662$).

Hal ini sejalan dengan penelitian Yayan Fauzi/ Skripsi, 2010 (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta/ Fakultas Syariah Ilmu Ekonomi Islam) yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah, menyatakan bahwa nilai syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

⁸Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta Salemba 4, 2008), hlm. 120.

Hal ini sejalan dengan teori M. Sulhan dan Ely Siswanto “ Sistem perbankan syariah sebagai bagian dari konsep ekonomi Islam ke dalam lingkungan ekonomi. Oleh karena itu, perbankan syariah tidak hanya dituntut untuk menghasilkan keuntungan melalui setiap transaksi komersial saja, tetapi juga dituntut untuk mengimplementasikan nilai-nilai syariah yang sesuai dengan Al-Qur’an dan Al-Hadist.”⁹ Oleh karena itu, nilai syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah yang melihat dari segi keuntungan bagi hasil daripada riba.

4. Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Nilai Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

Hasil uji F menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan secara bersama-sama (*simultan*) antara variabel independen dengan variabel dependen. Pelayanan, Promosi dan Nilai Syariah bersama-sama berpengaruh signifikansi terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

H. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu:

⁹Abd. Shomad, *Hukum Islam: Penormaan Prinsip Syariah dalam Hukum Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 81.

1. Keterbatasan dalam penggunaan variabel independennya, yaitu hanya menggunakan 3 variabel independen lain yang mempengaruhi variabel dependen sebesar 53,9% sebagaimana yang ditunjukkan oleh *Adjusted R Square*. Walaupun demikian peneliti berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat disempurnakan lagi.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian yang berjudul: “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga” didapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, pelayanan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel} = 1,813 < 1,662$ maka H_0 ditolak. Hal ini berarti pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah Menabung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Atanasius (2015) yang berjudul Pengaruh Bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan Mudharabah (Studi kasus pada nasabah Bank Muamalat Pekalongan). Yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada bank syariah..
2. Secara parsial, promosi memiliki $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,325 > 1,662$ maka H_0 ditolak, artinya promosi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Atanasius Hardian Permana Yogiarto (2015) yang berjudul “Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan). Yang menyatakan

bahwa promosi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung. Oleh karena itu semakin bagus promosi yang ditawarkan maka akan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada bank syariah.

3. Secara parsial, nilai syariah memiliki $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,321 > 1,662$ maka H_0 ditolak, artinya nilai syariah berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yayan Fauzi/ Skripsi, 2010 (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta/ Fakultas Syariah Ilmu Ekonomi Islam) yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah, menyatakan bahwa nilai syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.
4. Secara simultan pelayanan, promosi, dan nilai syariah memiliki $F_{hitung} > F_{tabel} = 36,793 > 2,15$ maka H_0 ditolak, artinya pelayanan, promosi dan nilai syariah berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

B. Saran-Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan faktor pelayanan promosi, pelayanan dan nilai syariah sebagai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan Keputusan nasabah. Maka, disarankan untuk pihak bank agar lebih mengembangkan faktor-faktor tersebut sebab semakin tingginya tingkat

persaingan di dunia perbankan dan semakin dinamisnya kebutuhan dan keinginan para nasabah. Faktor pelayanan merupakan faktor dalam meningkatkan jumlah nasabah, apabila bank sudah tidak melakukan pelayanan yang baik maka akan banyak nasabah memutuskan kerja sama dengan bank tersebut. Pihak bank juga harus mampu berkomunikasi dengan nasabah serta adanya iklan dan pelayanan yang akan membangun hubungan yang lebih kuat dengan nasabah.

2. Adanya promosi juga sangat penting karena jika produk atau jasa yang digunakan karyawan mampu memberikan promosi kepada nasabah, maka akan menciptakan keinginan nasabah untuk memutuskan menabung di bank tersebut. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain seperti produk, citra bank, fasilitas dan pengetahuan tentang bank yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dan dapat melakukan perluasan sampel dalam penelitian selanjutnya, mengingat sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya pada nasabah aktif tabungan.

Wadiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Abd. Shomad, *Hukum Islam Penormaan Prinsip Syariah dalam Hukum Islam*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Ahmad Ifham Solihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Danang Suntoyo, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Caps, 2014.
- Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Cetakan 1, 2010.
- _____, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Total Media, 2009.
- Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014.
- Simamora, Henry, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- _____, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: RajaGrafindonPersada, 2009.
- Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2012.
- J Supranto, *Teknik Pengambilan Keputusan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Hasibuan Malayu S.P, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksa, 2009.

- Morissan, MA, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.
- _____, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- M. Musrin, *Sistem Nilai dan Pandangan Hidup Serta Relasinya dengan Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Wardah: 2004.
- M. Sulhan dan Ely Siswanto, *Manajemen Bank Konvensional Dan Syariah*, Malang: UIN-Malang Press, 2008.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen 3*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang UIN Maliki Press, 2011.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Diterjemahkan dari "Marketing Managemen"* oleh Benyamin Molan, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Sedyana, *Perilaku Konsumen*, Bandung: Presko, 1995.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2000.
- _____, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Situmorang, Syafrizal Helmi, dkk, *Analisis Data Penelitian*, Medan: USU Pers, 2008.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2015.

Zoelkifli Kasip, *Perilaku Konsumen Diterjemahkan dari "Consumre Behaviour"* oleh Leon Sciffman dan Leslie Lazar Kanuk, Indonesia: PT. Mancanan Jaya Cemerlang, 2008.

Sumber Non Buku:

www.bankSUMUT.com, diakses 18 Desember 2017, pukul 23.49 WIB.

<https://akuntansikeuangan.com>, Senin, 04 Juni 2018. Pukul: 21.45 WIB

Hasil Wawancara dengan nasabah tabungan *wadiah* Togu Harahap, pada Senin tanggal 02 April 2018, Pkl. 14.15. WIB.

Hasil Wawancara dengan nasabah tabungan *wadiah* Eliyustha, pada Sabtu tanggal 02 April 2018, Pkl. 14.15. WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Data Pribadi

Nama : Yuli Novia Pasaribu
Nim : 13 220 0176
Tempat/TanggalLahir : Padangsidimpuan/ 15-Maret-1995
JenisKelamin : Perempuan
Anak Ke : 2 dari 5 bersaudara
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Padangsidimpuan, Jln. Kapten Tandean
Gg. Sehati, Kampung Marancar

2. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Amri Pasaribu
NamaIbu : Awen Nazra
Alamat : Padangsidimpuan, Jln. Kapten Tandean
Gg. Sehati, Kampung Marancar

3. Riwayat Pendidikan

- TK Negeri Sibulan-bulan 2000-2001
- SD Negeri 2001003 Padangsidimpuan 2001-2007
- MTs YPKS Padangsidimpuan 2007-2010
- MAN 1 Padangsidimpuan 2010-2013
- IAIN Padangsidimpuan 2013-2018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Nomor : B- 07/In.14/G.6a/PP.00.9/03/2018 06 Maret 2018
Aspirasi : -
Perihal : Permohonan Kesediaan
Menjadi Pembimbing skripsi

Yulianawati, SEI., MA
Windari, SE., MA
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan kepada Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Yuli Novia Pasaribu
NIM : 13 220 0176
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul I : Pengaruh Pelayanan Frontliner dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Wadiah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga
Judul II : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

Untuk itu, kami mengharapkan kesediaan Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan Skripsi mahasiswa yang dimaksud.

Demikian disampaikan, atas kesediaan Ibu kami ucapkan terima kasih.
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diketahui:

Dekan,

Ketua Jurusan

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

Bersedia/Tidak Bersedia
Pembimbing I

Bersedia/Tidak Bersedia
Pembimbing II

Yulianawati, SEI., MA
NIP. 19821116 201101 2 003

Windari, SE., MA
NIP. 19830510 201503 2 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B- 208 /In.14/G/TL.00/3/2018
Tgl : -
Isi : Mohon Izin Riset

16 Maret 2018

Perihal PT. Bank SUMUT
Kantor Syariah Sibolga

Sibolga

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan
menyampaikan bahwa:

Nama : Yuli Novia Pasaribu
NIM : 132200176
Semester : X (Sepuluh)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul " **Faktor –
faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT
Kantor Syariah Sibolga**".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan
sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan,

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001

BANK SYARIAH: SIBOLGA

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 4515100
Facsimile : (061) 414 2937 - 415 2652

Surat : 100/KCSy04-Ops/L/2018

Sibolga, 02 April 2018

Perihal: Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Perbankan Syariah, IAIN Padang Sidempuan

Jl. Nurdin Km 4,5 Sihitang
Padang Sidempuan 22733

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

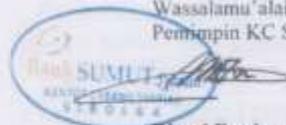
Surat ini diterangkan bahwa Mahasiswa yang bernama:

Nama : Yuli Novia Pasaribu
NIM : 132200176
Semester : X (sepuluh)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

yang telah melakukan dan menyelesaikan riset di Kantor Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga dengan judul skripsi "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga".

Demikian disampaikan, atas penerimaannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb
Pemimpin KC Syariah Sibolga



Dhani Erwin
NPP. 1058.060969.010898

- Arsip

PERBANKAN SYARIAH: **SIBOLGA**

KANTOR PUSAT
Jl. Imam Bonjol No. 28, Medan
Phone : (061) 415-5100 - 4515100
Facsimile : (061) 414-2937 - 415-2652
Sibolga, 02 April 2018

Referensi : 099/KCSy04-Ops/L/2018

Di Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Perbankan Syariah, IAIN Padang Sidempuan
Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang
Padang Sidempuan 22733

Hal : Izin Riset

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan surat IAIN Padang Sidempuan no. B-208/In.14-G/TL.00/3/2018 tanggal 20 Maret 2018 perihal Mohon Izin Riset, maka dengan ini diberikan izin riset kepada:

- Nama : Yuli Novia Pasaribu
- NIM : 132200176
- Semester : X (sepuluh)
- Jurusan : Perbankan Syariah
- Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
- Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

Demikian disampaikan, atas penerimaannya diucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikum Wr. Wb
Pemimpin KC Syariah Sibolga



Dhani Erwin
NPP. 1058.060969.010898

- Arsip

SURAT VALIDASI

Menyatakan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Rodame Monitorir Napitupulu M.M**

ini memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket Variabel X₁ (Pelayanan) untuk melengkapi penelitian yang berjudul:

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

yang disusun oleh:

Nama : Yuli Novia Pasaribu
NIM : 13 220 0176
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah -4

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga yang baik

Padangsidempuan, 20 Maret 2018



Rodame Monitorir Napitupulu M.M
NIP: 19841130 201801 2 001

SURAT VALIDASI

Menyatakan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Rodame Monitorir Napitupulu M.M**

telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket Variabel X₂ (Promosi) untuk melengkapi penelitian yang berjudul:

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

yang disusun oleh:

Nama : Yuli Novia Pasaribu
NIM : 13 220 0176
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah -4

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga yang baik.

Padangsidempuan, 20 Maret 2018



Rodame Monitorir Napitupulu M.M
NIP: 19841130 201801 2 001

SURAT VALIDASI

Menyatakan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Rodame Monitorir Napitupulu M.M**

Memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket Variabel X₃ (Nilai Syariah) untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

yang disusun oleh:

Nama : Yuli Novia Pasaribu
NIM : 13 220 0176
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah -4

semua masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga yang baik.

Padangsidempuan, 20 Maret 2018



Rodame Monitorir Napitupulu M.M
NIP: 19841130 201801 2 001

SURAT VALIDASI

Menyatakan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Rodame Monitorir Napitupulu M.M**

Menyatakan memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket Variabel Y (Keputusan) untuk melengkapi penelitian yang berjudul:

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pPT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.

yang disusun oleh:

Nama : Yuli Novia Pasaribu

NIM : 13 220 0176

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah -4

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga yang baik.

Padangsidempuan, 20 Maret 2018



Rodame Monitorir Napitupulu M.M
NIP: 19841130 201801 2 001

LEMBAR KUESIONER

Saudara Yth,

Saudara/i

Responden PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga

Dengan hormat,

Saya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Sibolga sedangidimpunan yang sedang menyelesaikan skripsi yang berjudul **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi dari saudara/saudari berkaitan dengan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga. Saya berharap partisipasi dari saudara/saudari untuk mengisi kuesioner ini.

Atas kesediaan dan partisipasi saudara/saudari dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya



Yuli Novia Pasaribu
13 220 0176

IDENTITAS RESPONDEN

- | | | | |
|------------------------|---|--|---|
| 1. Nama responden | : | | |
| 2. Alamat | : | | |
| 3. Usia | : | a. < 17 Tahun <input type="checkbox"/> | d. 41-50 Tahun <input type="checkbox"/> |
| | | b. 18-30 Tahun <input type="checkbox"/> | e. > 50 Tahun <input type="checkbox"/> |
| | | c. 31-40 Tahun <input type="checkbox"/> | |
| 4. Jenis kelamin | : | a. Laki-laki <input type="checkbox"/> | b. Perempuan <input type="checkbox"/> |
| 5. Pendidikan terakhir | : | a. SD <input type="checkbox"/> | d. S1 <input type="checkbox"/> |
| | | b. SMP <input type="checkbox"/> | e. S2/S3 <input type="checkbox"/> |
| | | c. SMA <input type="checkbox"/> | |
| 6. Pekerjaan | : | a. PNS <input type="checkbox"/> | d. TNI/POLRI <input type="checkbox"/> |
| | | b. Swasta <input type="checkbox"/> | e. Wiraswasta <input type="checkbox"/> |
| | | c. Mahasiswa <input type="checkbox"/> | |
| 7. Pendapatan | : | a. < Rp. 500.000 <input type="checkbox"/> | |
| | | b. Rp. 500.000- Rp. 1.000.000 <input type="checkbox"/> | |
| | | c. Rp. 1.000.000- Rp. 3.000.000 <input type="checkbox"/> | |
| | | d. Rp. 3.000.000- Rp. 5.000.000 <input type="checkbox"/> | |
| | | e. > Rp. 5.000.000 <input type="checkbox"/> | |

3. Jawablah pernyataan/pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda benar (√) pada jawaban yang dipilih dengan memperhatikan nilai dan arti sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) bernilai 5
2. Setuju (S) bernilai 4
3. Kurang Setuju (KS) bernilai 3
4. Tidak Setuju (TS) bernilai 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) bernilai 1

Pelayanan

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya puas dengan pelayanan dari staf karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.					
2.	Karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga menggunakan atribut lengkap dan berpakaian rapi.					
3.	Ruang tunggu yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga sangat nyaman dan tidak membosankan.					
4.	Pada saat membuka tabungan wadiah pihak PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga menjelaskan secara rinci mengenai bagi hasilnya.					
5.	Penjelasan tentang tabungan wadiah dari pihak PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga sangat informatif sehingga saya mengetahui tentang tabungan yang ditawarkan.					
6.	Karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga cepat dan tanggap dalam menangani keluhan yang diajukan nasabah.					
7.	Karyawan Memberikan pelayanan maksimal kepada nasabah tanpa memandang status sosial dan Agama.					
8.	Rasa aman dan percaya ketika anda bertransaksi di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.					
9.	Proses yang cepat dan persyaratan yang tidak sulit memudahkan nasabah dalam membuka tabungan wadiah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga.					

Ket:

1. **SS : Sangat Setuju**
2. **S : Setuju**
3. **KS : Kurang Setuju**
4. **TS : Tidak Setuju**
5. **STS : Sangat Tidak Setuju**

Total = 9 soal

2. Promosi

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya mendengar informasi tabungan wadiah melalui radio.					
2.	Informasi mengenai tabungan wadiah disampaikan melalui brosur, media massa, dan elektronik.					
3.	Saya menabung di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga karena informasi yang saya dapatkan dari karyawan.					
4.	Promosi tabungan wadiah jarang dilakukan.					
5.	Mengenal lebih banyak tentang produk-produk yang di tawarkan oleh pihak bank dapat memberikan informasi tentang tabungan wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga melalui promosi.					
6.	Mengenal tabungan wadiah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga karena banyak dari masyarakat yang merekomendasikan tabungan wadiah.					
7.	Karyawan bertatap muka langsung dengan nasabah/calon nasabah dalam menyampaikan informasi tentang tabungan wadiah.					
8.	Komunikasi yang terjadi secara langsung antara karyawan bank dengan nasabah membuat hubungan terjalin baik antara bank dan nasabah.					
9.	Promosi yang dilakukan pegawai Bank tidak sesuai dengan kondisi sosial masyarakat Sibolga.					

Ket:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Total = 9 soal

Nilai Syariah

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Produk tabungan wadiah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga menjamin <i>al-musawah</i> atau persamaan atau kesetaraan nasabah.					
2.	Produk tabungan wadiah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga menerapkan prinsip keadilan dalam bertransaksi dan menabung.					
3.	Produk tabungan wadiah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah menerapkan prinsip kesetaraan, telah sesuai dengan prinsip dan kaidah Islam.					
4.	Produk tabungan wadiah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga menerapkan prinsip kejujuran. Nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana dan kualitas manajemen bank.					
5.	Produk tabungan wadiah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga menerapkan prinsip universalitas, dengan tidak membeda-bedakan suku, agama, ras, golongan agama dalam masyarakat dengan prinsip Islam sebagai <i>rakhmatan lil alamīn</i> .					
6.	Produk tabungan wadiah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga merupakan bisnis halal dengan tidak adanya unsur riba.					
7.	Produk tabungan wadiah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga terbebas dari unsur <i>gharar</i> dan unsur penipuan.					
8.	Persyaratan membuka tabungan wadiah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga tertulis pada brosur.					
9.	Produk tabungan wadiah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga menerapkan prinsip kerelaan tidak memaksa nasabah dalam bertransaksi.					

Set:

- 1. SS : Sangat Setuju
- 2. S : Setuju
- 3. KS : Kurang Setuju
- 4. TS : Tidak Setuju
- 5. STS : Sangat Tidak Setuju

Total = 9 soal

Keputusan Nasabah

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Tabungan wadiah memudahkan nasabah menyimpan uang dengan aman.					
2.	Syarat untuk membuka tabungan wadiah tidak rumit.					
3.	Syarat untuk membuka tabungan wadiah jelas dan mudah dipahami.					
4.	Bagi hasil yang diberikan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga kepada nasabah mendorong saya menggunakan tabungan wadiah.					
5.	Saya merasa aman dalam bertransaksi dan proses transaksinya secara alami.					
6.	Menggunakan tabungan wadiah membuat saya mendapatkan manfaat yang saya inginkan.					
7.	Saya membuka tabungan di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga karena lokasinya dekat dengan tempat tinggal saya.					
8.	Saya telah melakukan keputusan yang tepat dengan memilih PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Sibolga untuk menabung.					
9.	Saya akan selalu menggunakan tabungan wadiah karena dapat memenuhi kebutuhan saya.					

Legenda:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Total = 9 soal

35	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
36	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
37	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
38	3	5	4	3	4	4	2	3	4	32
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	2	5	4	2	4	4	4	3	4	32
41	3	5	4	2	4	4	4	3	4	33
42	3	5	4	3	4	4	3	3	4	33
43	2	5	4	3	3	4	4	2	3	30
44	3	3	3	2	4	4	4	3	4	30
45	4	4	4	3	4	5	4	3	4	35
46	4	5	4	4	5	5	4	4	5	40
47	3	2	3	1	1	3	2	3	1	19
48	3	4	4	1	4	4	1	3	4	28
49	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
50	4	5	4	4	4	4	3	4	4	36
51	4	4	4	3	3	4	4	4	3	33
52	4	5	4	3	4	5	5	4	4	38
53	3	3	1	3	4	4	4	3	4	29
54	3	4	3	4	4	3	4	3	4	32
55	3	3	4	4	3	4	4	4	3	32
56	3	5	4	5	4	4	4	3	4	36
57	4	2	3	5	4	5	4	2	4	33
58	2	5	3	5	3	5	4	3	3	33
59	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
60	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
61	3	3	4	3	4	4	3	4	4	32
62	3	3	4	4	3	4	4	4	3	32
63	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34
64	3	3	2	2	3	4	3	3	3	26
65	4	5	4	3	4	5	5	3	4	37
66	4	4	4	3	3	4	3	4	3	32
67	4	5	4	4	5	5	4	4	5	40
68	3	5	4	4	4	4	4	4	4	36
69	4	5	5	4	5	4	5	4	5	41
70	3	5	4	5	5	4	5	5	5	41
71	4	5	3	3	5	4	3	3	5	35
72	4	5	4	4	5	4	5	4	5	40
73	4	5	3	3	5	4	5	3	5	37

74	5	5	4	3	5	4	4	3	5	38
75	4	5	3	3	5	4	4	4	5	37
76	4	4	4	4	5	5	4	4	5	39
77	4	5	3	3	5	5	3	4	5	37
78	4	4	4	4	5	4	4	3	5	37
79	4	5	3	3	5	4	4	5	5	38
80	4	5	3	5	5	5	4	3	5	39
81	4	5	4	3	3	4	5	4	3	35
82	4	5	4	4	5	4	2	3	5	36
83	4	5	4	4	5	5	4	3	5	39
84	4	5	4	5	4	5	4	4	4	39
85	4	5	4	4	5	5	2	4	5	38
86	4	5	5	4	4	4	4	3	4	37
87	3	4	4	4	4	3	4	5	4	35
88	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
89	4	5	5	4	4	4	4	5	4	39
90	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
92	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
93	4	5	4	4	5	4	4	5	5	40

35	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
36	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
38	4	5	3	5	5	3	3	5	3	36
39	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
40	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
41	4	5	3	5	5	3	4	5	3	37
42	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
43	4	5	4	5	5	4	3	5	4	39
44	4	3	3	5	3	3	4	3	3	31
45	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
46	4	5	4	5	5	4	5	5	4	41
47	3	2	3	3	2	3	2	2	3	23
48	3	4	3	5	4	3	3	4	3	32
49	4	4	5	5	4	5	4	4	5	40
50	5	5	4	5	5	4	3	5	4	40
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
52	4	5	4	5	5	4	4	5	4	40
53	5	3	5	5	3	5	4	3	5	38
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
55	4	3	4	5	3	4	3	3	4	33
56	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
57	4	2	5	5	2	5	4	2	5	34
58	5	5	4	5	5	4	4	5	4	41
59	4	3	4	4	3	4	3	3	4	32
60	4	3	4	5	3	4	4	3	4	34
61	4	3	4	5	3	4	3	3	4	33
62	4	3	4	4	3	4	4	3	4	33
63	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38
64	4	3	3	4	3	3	3	3	3	29
65	5	5	4	5	5	4	4	5	4	41
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
67	4	5	4	5	5	4	5	5	4	41
68	4	5	4	5	5	4	3	5	4	39
69	5	5	4	5	5	4	4	5	4	41
70	5	5	3	5	5	3	3	5	3	37
71	5	5	4	4	5	4	3	5	4	39
72	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
73	5	5	5	5	5	5	3	5	5	43

35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
36	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
38	4	4	3	3	3	4	4	4	3	32
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	4	4	4	3	2	4	4	4	4	33
41	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
42	4	4	4	3	3	3	4	4	4	33
43	3	3	4	2	2	4	4	3	4	29
44	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
45	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
46	5	4	4	4	4	5	5	4	4	39
47	1	3	3	3	3	3	3	3	3	25
48	4	2	2	3	3	4	3	2	2	25
49	4	5	5	4	3	4	5	5	5	40
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
51	3	4	3	4	4	3	4	4	3	32
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
53	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
54	4	3	4	3	3	3	4	3	4	31
55	3	4	4	4	3	4	5	4	4	35
56	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
57	4	4	3	2	4	3	4	4	3	31
58	3	5	4	3	2	4	4	5	4	34
59	4	4	3	4	3	3	4	4	3	32
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
61	4	3	4	4	3	3	4	3	4	32
62	3	3	4	4	3	4	4	3	4	32
63	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
64	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
65	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
66	3	4	3	4	4	3	4	4	3	32
67	5	4	4	4	4	5	5	4	4	39
68	4	4	4	4	3	4	5	4	4	36
69	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
70	5	5	4	5	3	5	5	5	4	41
71	5	4	4	3	4	3	4	4	4	35
72	5	4	4	4	4	5	5	4	4	39
73	5	5	5	3	4	5	5	5	5	42

74	5	4	4	3	5	4	5	4	4	38
75	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
76	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
77	5	5	4	4	4	3	5	5	4	39
78	5	5	5	3	4	5	5	5	5	42
79	5	4	4	5	4	5	5	4	4	40
80	5	4	4	3	4	4	5	4	4	37
81	3	5	4	4	4	4	5	5	4	38
82	5	5	4	3	4	5	5	5	4	40
83	5	5	4	3	4	4	4	5	4	38
84	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
85	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
86	3	4	5	3	3	4	5	4	5	36
87	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
88	4	3	5	3	3	4	5	3	5	35
89	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
90	4	4	5	4	4	4	5	4	5	39
91	5	4	5	4	4	5	5	4	5	41
92	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38
93	5	4	4	5	4	5	4	4	4	39

Lampiran

10

Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Nasabah (Y)

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

73	3	5	4	5	5	5	4	5	5	41
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
75	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
77	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
78	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
79	4	4	3	5	4	4	3	5	4	36
80	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
81	5	5	5	4	5	5	5	4	5	43
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
83	4	3	5	4	5	5	5	4	5	40
84	5	5	5	5	3	4	5	5	5	42
85	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42
86	4	4	5	5	5	5	5	5	3	41
87	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
88	4	4	5	4	5	5	5	4	4	40
89	4	4	4	5	5	4	4	5	5	40
90	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
92	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
93	5	5	4	5	5	4	4	5	5	42

Lampiran 11

HASIL UJI VALIDITAS PELAYANAN

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1X1	296,7379158	943,519	,557	,906
Q2X1	295,8777007	941,757	,600	,905
Q3X1	296,3830771	948,994	,484	,906
Q4X1	296,7701739	939,990	,550	,905
Q5X1	296,2217868	938,310	,694	,905
Q6X1	296,1357653	951,083	,506	,906
Q7X1	296,3938298	941,409	,592	,905
Q8X1	296,5658728	948,214	,477	,906
Q9X1	296,2217868	938,310	,694	,905
PELAYANAN	264,5013567	742,944	,875	,899

Sumber: Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

HASIL UJI VALIDITAS PROMOSI

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1X2	296,0389911	950,710	,568	,906
Q2X2	295,9529696	943,876	,548	,906
Q3X2	296,1357653	948,804	,521	,906
Q4X2	295,7056577	957,451	,406	,907
Q5X2	295,9422169	944,004	,544	,906
Q6X2	296,1572706	949,210	,519	,906
Q7X2	296,6196362	945,451	,559	,906
Q8X2	295,9422169	944,004	,544	,906
Q9X2	296,1572706	949,210	,519	,906
PROMOSI	261,8454427	782,696	,746	,902

HASIL UJI VALIDITAS NILAI SYARIAH

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1X3	296,2110341	938,492	,671	,905
Q2X3	296,3400663	945,690	,640	,906
Q3X3	296,3723244	947,163	,610	,906
Q4X3	296,6088835	948,926	,481	,906
Q5X3	296,7701739	944,539	,554	,906
Q6X3	296,3508190	941,668	,664	,905
Q7X3	296,0604964	941,979	,697	,905
Q8X3	296,3400663	945,690	,640	,906
Q9X3	296,3723244	947,163	,610	,906
NILAISYARIAH	264,6196362	753,216	,838	,900

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah)

HASIL UJI VALIDITAS KEPUTUSAN NASABAH

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach' s Alpha if Item Deleted
Q1Y	296,2217868	942,819	,513	,906
Q2Y	296,1142599	939,743	,590	,905
.	295,9637223	939,976	,704	,905
Q4Y	296,0067330	945,680	,488	,906
Q5Y	295,9637223	935,640	,714	,905
Q6Y	295,9959803	944,106	,597	,905
Q7Y	295,9637223	939,976	,704	,905
Q8Y	296,0067330	945,680	,488	,906
Q9Y	296,0174857	952,586	,375	,907
KEPUTUSANN ASABAH	261,4475932	738,996	,850	,901

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah)

Lampiran 12

HASIL UJI RELIABILITAS PELAYANAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,828	9

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

HASIL UJI RELIABILITAS PROMOSI

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,849	9

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

HASIL UJI RELIABILITAS NILAI SYARIAH

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	9

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah)

HASIL UJI RELIABILITAS KEPUTUSAN NASABAH

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,838	9

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah)

Lampiran 13

HASIL UJI DESKRIPTIF STATISTIK

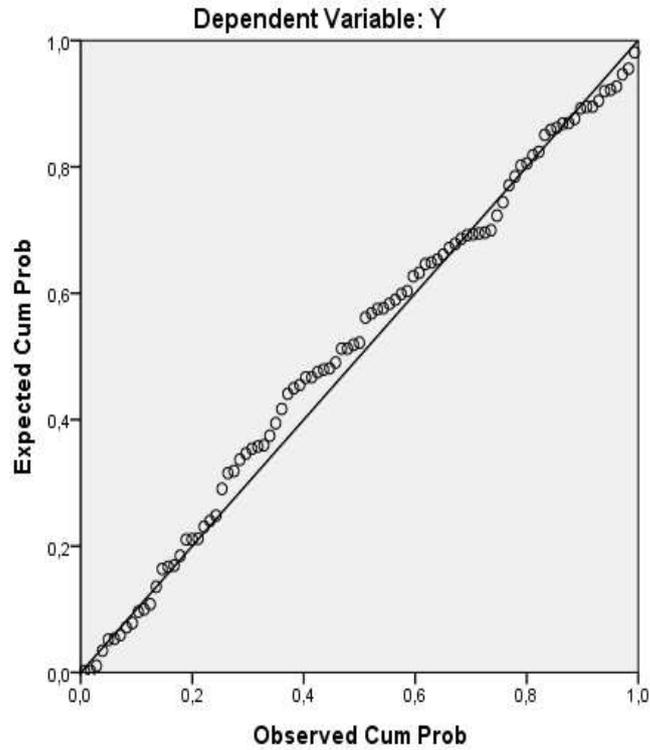
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PELAYANA N	93	19	45	35,85	4,366
PROMOSI NILAISYARI AH	93	23	45	38,51	4,093
KEPUTUSAN NASABAH	93	22	45	35,73	4,314
Valid N (listwise)	93				

Lampiran 14

HASIL UJI NORMALITAS

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,04433331
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,039
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah)

Lampiran 15

HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,807	3,234		2,105	,038		
PELAYANAN PROMOSI NILAISARIAN	,287	,158	,275	1,813	,073	,217	4,598
	,253	,109	,227	2,325	,022	,526	1,900
	,338	,146	,320	2,321	,023	,264	3,784

a. Dependent Variable: KEPUTUSANNASABAH

Lampiran 16

HASIL UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,744 ^a	,554	,539	3,095	2,163

a. Predictors: (Constant), NILAISYARIAH, PROMOSI, PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSANNASABAH

Lampiran 17

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,057	2,007		1,025	,308
PELAYANA	,024	,098	,056	,247	,806
PROMOSI	,018	,067	,038	,262	,794
NILAISYARIAH	-,035	,090	-,079	-,382	,703

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 18

HASIL UJIANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,807	3,234		2,105	,038
PELAYANAN	,287	,158	,275	1,813	,073
PROMOSI	,253	,109	,227	2,325	,022
NILAI SYARIAH	,338	,146	,320	2,321	,023

a. Dependent Variable: KEPUTUSANNASABAH

Lampiran 19

HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,744 ^a	,554	,539	3,095

a. Predictors: (Constant), NILAISYARIAH, PROMOSI, PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSANNASABAH

Lampiran 20

HASIL UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,807	3,234		2,105	,038
PELAYANA	,287	,158	,275	1,813	,073
PROMOSI	,253	,109	,227	2,325	,022
NILAISYARIAH	,338	,146	,320	2,321	,023

a. Dependent Variable: KEPUTUSANNASABAH

Lampiran 21

HASIL UJI F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1057,476	3	352,492	36,793	,000 ^b
Residual	852,653	89	9,580		
Total	1910,129	92			

a. Dependent Variable: KEPUTUSANNASABAH

b. Predictors: (Constant), NILAISYARIAH, PROMOSI, PELAYANAN

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU								
71	1.5805	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 -120)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.80	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66296	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66215	1.98696	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36622	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98496	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98098	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung