



**ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PELAJAR UNTUK MENJADI NASABAH
DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA Tbk. KCP
SIBUHUAN
(Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin)**

SKRIPSI

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

Oleh

**SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR
NIM. 13 220 0127**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2017**



**ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PELAJAR UNTUK MENJADI NASABAH
DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA Tbk. KCP
SIBUHUAN
(Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin)**

SKRIPSI

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

Oleh

**SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR
NIM. 13 220 0127**

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2017



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

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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Sahlah Sumayyah Siregar**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 16 November 2017
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

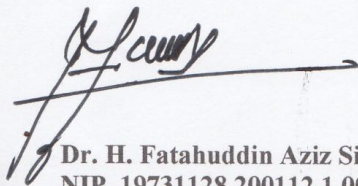
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Sahlah Sumayyah Siregar** yang berjudul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Untuk Menjadi Nasabah Di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Sibuhuan (Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin)"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

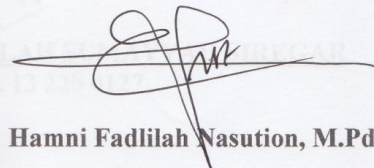
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I



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

PEMBIMBING II



Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR
NIM : 13 220 0127
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Untuk Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan)**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 1.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang kode etik mahasiswa, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 16 November 2017

Saya yang menyatakan,



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sahlah', is written over the stamp.

SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR
NIM. 13 220 0127

**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 : SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR

NIM : 13 220 0127

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 Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Untuk Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan (Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan)”**. dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini 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, 16 November 2017

Yang menyatakan



SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR
NIM. 13 220 0127



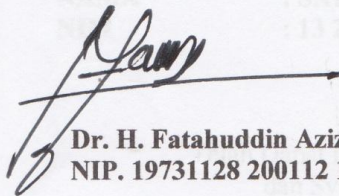
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

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

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SARJANA**

NAMA : SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR
NIM : 13 220 0127
**JUDUL SKRIPSI : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan Pelajar Untuk Menjadi Nasabah Di PT.
Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Sibuhuan (Studi
Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin).**

Ketua



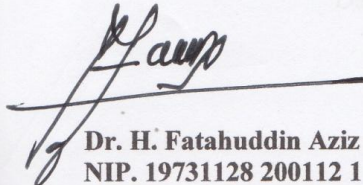
Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Sekretaris




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

Anggota



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



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



Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001



Muhammad Isa, S. T., MM
NIP. 19740626 200312 2 001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Tanggal : Jumat/ 15 Desember 2017
Pukul : 14.30 s/d 16.30
Hasil/Nilai : 74 (B)
Predikat : Amat Baik
IPK : 3,47



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PELAJAR UNTUK
MENJADI NASABAH DI PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA Tbk. KCP SIBUHUAN (Studi Kasus
Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin)**

**NAMA : SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR
NIM : 13 220 0127**

Telah Dapat Diterima Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
dan Syarat-Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 27 Desember 2017
Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR
NIM : 13 220 0127
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Untuk Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan (Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan)

Jumlah pelajar yang menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan hanya mencapai 42% dari 1771 pelajar yang ada di Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan. Sehingga keputusan dari para pelajar untuk menjadi nasabah tidak terlepas dari kebijaksanaan pemasaran bank yang dipengaruhi oleh produk, pelayanan, dan promosi. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah produk, pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pelajar Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh produk, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pelajar Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan. Kegunaan penelitian ini adalah bagi peneliti, bagi pelajar dan peneliti selanjutnya.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu Manajemen Pemasaran. Adapun teori-teori yang berkaitan dengan manajemen pemasaran dalam penelitian ini meliputi teori tentang produk, pelayanan dan promosi dan teori manajemen lainnya.

Jenis penelitian yang digunakan ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan instrumen pengumpulan data menggunakan angket yang diberikan kepada 64 responden. Adapun uji analisis yang digunakan antara lain, uji validasi dan realibilitas, analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi dan (uji t dan uji F). Pengolahan data dilakukan dengan bantuan *software SPSS versi 22*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pelajar dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,534 < 1,67065$). Faktor pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,041 > 1,67065$) sedangkan faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,334 > 1,67065$). Secara simultan produk, pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23,312 > 2,18$). Secara simultan, dari ketiga faktor tersebut yang paling dominan mempengaruhi keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan adalah faktor promosi.

Kata Kunci: Produk, Pelayanan, Promosi dan Keputusan Pelajar

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahillobbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, pencerahan dan meluaskan ilmu pengetahuan serta kemudahan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Untuk Menjadi Nasabah Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan (Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan)”**. Shalawat serta Salam semoga tetap dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari alam jahiliyah sehingga kita dapat merasakan nikmat Iman dan Islam seperti saat ini.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Peneliti menyadari masih banyaknya kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam skripsi ini, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dari peneliti. Dalam penulisan skripsi ini, peneliti mendapat banyak bimbingan dan dukungan maupun arahan dan motivasi dari berbagai pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, serta Bapak Drs. Irwan Saleh Dalimunthe M.A., wakil rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis S.E, M.Si., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Bapak Drs. Syamsuddin Pulungan, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, Wakil Dekan bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani, M.Ag, Wakil Dekan bidang Administrasi dan Umum, Perencanaan dan Keuangan serta Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ibu Nofinawati, SEI, M.A Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Alm. Bapak Mudzakkir Khotib Siregar, M.A, selaku dosen pembimbing skripsi I yang pernah membimbing saya, Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku dosen pengganti pembimbing skripsi I dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku pembimbing skripsi II yang telah bersedia

memberikan waktunya untuk memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini sehingga terselesaikan sesuai dengan yang diharapkan.

5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan yang telah memberikan ilmu, masukan dan arahan yang bermanfaat, serta seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu kelancaran administrasi.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Drs. Irwan Soleh Siregar dan Ibunda Nur Asiah Nasution, atas dukungan baik doa maupun materil serta kasih sayang yang tak terhingga.
8. Kepada saudara-saudara saya, adik Sahil Basil Siregar, Tibrizi Hazik Siregar, Labib Majdi Siregar, Mawaddah Mufidah Siregar, Zuhair Marzuk Siregar, Yasar Zahir Siregar, Nur Izzati Siregar, Ahmad Yasir Siregar dan adik yang paling kecil Rahmah Mutiah Siregar yang selalu mendukung dan menghibur dalam segala keadaan. Serta seluruh keluarga besar saya yang berperan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Terkhusus buat sahabat Nur Husna Hasibuan, Desi Efrikamala, Sri Wahyuni Lubis, Halimatussakdiah Harahap, Chairani Siregar, Nurhasanah Marbun, Nurjannah Siregar, Nur Hayani Hasibuan, Yulia, Mustofa, dan Amin Rasidi Pohan dan teman-teman PS-3 dan seluruh teman seperjuangan angkatan 2013.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan dan dapat menambah khazanah keilmuan, khususnya bagi peneliti sendiri dan tentunya bagi para pembaca pada umumnya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Padangsidempuan, 16 November 2017

Peneliti,

Sahlah Sumayyah Siregar
13 220 0127

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan




Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ a	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣ ad	s	Es
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



2. Vokal

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

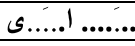
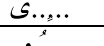

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

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

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

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

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	a	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	dommah dan wau	u	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 harkat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. Syaddah (Tasydid)

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

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ﻻ. 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 didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

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

Penggunaan huruf awal kapital 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*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

Daftar Isi

Halaman

HALAMAN JUDUL/ SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN	
SURAT PERNYATAAN 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	8
C. Batasan Masalah	9
D. Defenisi Operasional Variabel.....	9
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian	11
G. Kegunaan Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kerangka Teori	14
1. Keputusan Nasabah	14
a. Defenisi Keputusan	14
b. Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian.....	14
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah...	16
2. Produk.....	21
a. Pengertian Produk	21
b. Produk-produk Bank Syariah	22
3. Pelayanan.....	28
a. Pengertian Pelayanan	28
b. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	28
c. Dasar-dasar Pelayanan	34
d. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik.....	35
4. Promosi.....	36
a. Pengertian Promosi.....	36

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi.....	38
B. Penelitian Terdahulu.....	39
C. Kerangka Pikir.....	42
D. Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Tempat dan Waktu Penelitian	45
B. Jenis Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel.....	46
D. Sumber Data	49
E. Teknik Pengumpulan Data	50
F. Instrumen Pengumpulan Data	51
G. Uji Validitas dan Realibilitas.....	54
H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	55
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	55
2. Uji Normalitas	55
3. Uji Linearitas	55
4. Uji Asumsi Klasik	56
1) Uji Multikolinearitas	56
2) Uji Heterokedastisitas.....	56
3) Uji Autokorelasi	57
5. Analisis Regresi Berganda	58
6. Uji Hipotesis.....	59
1) Koefisien Determinasi (R^2)	59
2) Uji Signifikan Parsial (Uji t)	60
3) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Gambaran Umum Yayasan	
Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan	62
1. Sejarah Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan	62
2. Visi dan Misi Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan.....	63
3. Tujuan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan	63
B. Struktur Organisasi Pondok	
Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan.....	64
C. Karakteristik Responden Penelitian	66
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
D. Uji Validitas dan Realibilitas.....	68
1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Produk.....	68
2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pelayanan	70
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi.....	71

4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah.....	72
E. Hasil Analisis Data	74
1. Analisis Deskriptif	74
2. Uji Normalitas.....	75
3. Uji Linearitas	76
4. Uji Asumsi Klasik	78
a. Uji Multikolinearitas	78
b. Uji Heterokedastisitas.....	79
5. Analisis Regresi Berganda.....	80
6. Uji Hipotesis	82
a. Koefisien Determinasi (R^2)	82
b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	83
c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	84
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
G. Keterbatasan Penelitian	87
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1	Jumlah Pelajar Yang Menjadi Nasabah	2
Tabel I.2	Defenisi Operasional Variabel	9
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	39
Tabel III.1	Jumlah Pelajar yang Menjadi Nasabah	46
Tabel III.2	Jumlah Sampel	49
Tabel III.3	Skala Likert	52
Tabel III.4	Kisi-Kisi Indikator Angket	53
Tabel III.5	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	60
Tabel IV.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel IV.2	Data Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel IV.3	Hasil Uji Validitas Faktor Produk	68
Tabel IV.4	Hasil Uji Reliabilitas Faktor Produk	69
Tabel IV.5	Hasil Uji Validitas Faktor Pelayanan	70
Tabel IV.6	Hasil Uji Reliabilitas Faktor Pelayanan	71
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas Faktor Promosi	71
Tabel IV.8	Hasil Uji Reliabilitas Faktor Promosi	72
Tabel IV.9	Hasil Uji Validitas Faktor Keputusan Pelajar	73
Tabel IV.10	Hasil Uji Reliabilitas Faktor Keputusan Pelajar	73
Tabel IV.11	Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	74
Tabel IV.12	Hasil Uji Normalitas	75
Tabel IV.13	Hasil Uji Linearitas Faktor Produk	76
Tabel IV.14	Hasil Uji Linearitas Faktor Pelayanan	76
Tabel IV.15	Hasil Uji Linearitas Faktor Promosi	77
Tabel IV.16	Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel IV.17	Hasil Uji Heterokedastisitas	79
Tabel IV.18	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	80
Tabel IV.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi	82
Tabel IV.20	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	83
Tabel IV.21	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pikir.....	43
Gambar IV.1 Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan.	65

LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Kuisisioner
- Lampiran 2 Surat Validasi
- Lampiran 3 Hasil Tanggapan Untuk Uji Validasi Angket
- Lampiran 4 Hasil Transfomasi Data Ordinal Ke Data Interval
- Lampiran 5 Hasil Transformasi Data Interval
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 7 Dokumentasi Responden

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perilaku konsumen adalah individu yang membeli suatu produk ataupun jasa untuk dikonsumsi yang didalamnya ada proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi dari unsur luar maupun unsur dalam. Perilaku konsumen terdiri dari aktivitas yang melibatkan orang-orang sewaktu mereka menyeleksi, membeli dan menggunakan produk- produk serta jasa-jasa, sehingga hal tersebut memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan mereka.¹

Sehingga keputusan dari para pelajar untuk menjadi nasabah tidak terlepas dari kebijaksanaan pemasaran bank, berupa produk, pelayanan, dan promosi. Pemilihan yang seksama akan produk merupakan bagian yang sangat penting bagi pelajar. Jadi keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa merupakan saat yang penting bagi kebanyakan pemasar. Keputusan ini dapat menandai apakah suatu strategi pemasaran telah cukup bijaksana, berwawasan luas, dan efektif, atau apakah kurang baik direncanakan atau keliru menetapkan sasaran.² Maka dari sini dapat disimpulkan bahwa pemasaran mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan.

Jadi, peneliti merasa tertarik mengambil objek yang diteliti adalah pelajar yang ada di Pondok Pesantren Al-Mukhlisin karena pesantren tersebut sangat banyak diminati oleh masyarakat. Pelajarnya dari tahun ke tahun semakin bertambah, yang meraih banyak prestasi mulai dari tingkat sekolah sampai tingkat

¹ Winardi, *Marketing dan Prilaku Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 1991), hlm. 141.

² Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* “ Diterjemahkan dari *Consumer Behavior*” Oleh Zulkifli Kasip dan Ria Maharani, (Jakarta: Indeks, 2004), hlm.514.

internasional, mempunyai tenaga kerja atau guru yang berpotensi dalam bidangnya masing-masing dan salah satu sekolah yang ditawarkan atau dipromosikan produk yang ada dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.

Dari observasi awal, hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa pelajar di Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan, dapat ditarik kesimpulan bahwa menurut mereka masih banyak yang belum mengetahui mengenai apa dan bagaimana itu bank syariah namun dengan hadirnya bank Muamalat ini ke sekolah mereka mengatakan bahkan sangat bagus, karena bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan sistem syariah. Walaupun dalam kenyataannya penerapan bank syariah itu betul-betul tidak bisa diaplikasikan sepenuhnya, paling tidak kita tidak menggunakan bank yang murni konvensional, agar terhindar dari riba.³

Tabel I.1
Jumlah Pelajar yang Menjadi Nasabah

Jenjang pendidikan	Jumlah Pelajar	Jumlah yang Menjadi Nasabah	Persentase %
Tsanawiyah	1143	517	69
Aliyah	628	231	31
Jumlah	1771	748	100

Sumber: Data jumlah pelajar yang menjadi nasabah di PT. BMI, Tbk. KCP Sibuhuan pada Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan.

Data diatas menjelaskan bahwa pelajar tsanawiyah yang menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan berjumlah 517 pelajar dari

³ Wawancara dengan Helmi dan Labib Majdi selaku pelajar di Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan, pada tanggal 20 Februari 2017.

1143 pelajar yang ada di Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan atau 69%. Pelajar aliyah yang menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan berjumlah 231 pelajar dari 628 atau 31%. Total keseluruhan dari pelajar yang berjumlah 1771 pelajar dan total yang menjadi nasabah keseluruhan 748 pelajar. Data ini menunjukkan bahwa persentase dari pelajar yang menjadi nasabah masih terbilang rendah. Perbandingan pelajar yang menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan pada tingkat tsanawiyah dengan tingkat aliyah 231 banding 517 menunjukkan lebih banyak pelajar di tingkat tsanawiyah, tapi persentase yang menjadi nasabah masih rendah, sedangkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan sudah melakukan sosialisasi ke Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan dan memberikan layanan kepada para pelajar dengan karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan langsung datang ke pesantren dua kali seminggu untuk melayani pelajar. Jadi, sudah seharusnya pelajar akan lebih tertarik menjadi nasabah dengan layanan yang diberikan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan, namun sebaliknya masih sedikit pelajar yang tertarik menjadi nasabah. Dan sebagian pelajar yang menjadi nasabah bukan merupakan nasabah aktif mereka hanya sekedar buka rekening.

Kebanyakan masyarakat pada umumnya memang sudah mengetahui apa itu bank syariah, namun bagi kalangan pelajar masih banyak yang belum tahu apa itu bank syariah dan mereka juga tidak tahu produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah, sehingga yang tidak tahu produk-produk bank syariah tentunya tidak akan berminat untuk menggunakan jasa bank syariah karena mereka menganggap

bahwa fasilitas penunjang yang diberikan masih kalah dengan fasilitas yang ditawarkan oleh bank konvensional, kecuali orang yang mempunyai keinginan kuat menabung pada bank syariah dikarenakan menghindari unsur riba. Yang sebagaimana dalam sebuah dalil QS. Al-Imran: 130 menjelaskan sebagai berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً
وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.⁴

Keberagaman produk dan jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan tidak hanya memberikan kesempatan yang lebih luas bagi konsumen untuk memilih lembaga perbankan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, namun juga menimbulkan keraguan karena terlalu banyak pilihan yang ditawarkan oleh lembaga perbankan tersebut. Disisi lain, kegemaran konsumen untuk mencari informasi dari berbagai sumber sebelum memutuskan memilih sebuah bank merupakan beberapa hal yang harus diperhatikan perusahaan.

Pelajar sebagai salah satu komponen masyarakat pangsa pasar yang layak jadi pertimbangan bank untuk menambah jumlah nasabah mereka. Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan adalah salah satu sekolah yang banyak diminati dan mempunyai pelajar yang terbanyak dengan jumlah keseluruhan pelajar pada semester ganjil Tahun Akademik 2016/2017 sebanyak 1771 orang. Hal tersebut memperlihatkan besarnya jumlah pelajar sangat patut dijadikan

⁴ Departemen Agama Islam, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV Penerbit J-Art, 2004), hlm. 66.

pertimbangan oleh pihak perbankan sebagai salah satu segmen pasar yang potensial untuk penghimpunan dana masyarakat. Oleh karena itu, bank perlu mengetahui secara umum faktor paling dominan yang sekaligus menjadi alasan pelajar untuk membuat keputusan menjadi nasabah di bank. Perbankan terlebih dahulu harus memahami karakter pelajar sehingga segmen potensial ini bisa benar-benar dimanfaatkan.

Pemahaman dan pengetahuan tentang bank syariah juga akan memengaruhi pandangan pelajar mengenai bank syariah itu sendiri. Secara mudahnya, pandangan terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka dalam memandang bank syariah pastinya rendah pula.

Saat ini sebagian besar pelajar hanya melihat bahwa nilai tambah bank syariah adalah lebih halal dan selamat, lebih menjanjikan untuk kebaikan akhirat, dan juga lebih berorientasi pada menolong antar sesama dibandingkan dengan bank konvensional. Hal tersebut memang benar, namun bank syariah memiliki keuntungan duniawi karena produk-produknya tidak kalah saing dengan bank-bank konvensional dan juga bagi hasil yang ditawarkan tidak kalah menguntungkan dibandingkan dengan bunga.

Berdasarkan prinsip bank syariah seperti halnya bank konvensional, bank syariah mempunyai fungsi utama sebagai lembaga intermediasi (*intermediary institution*). Lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya kegiatan perdagangan. Dengan lahirnya bank Islam yang beroperasi berdasarkan sistem

bagi hasil sebagai alternatif pengganti bunga pada bank-bank konvensional, merupakan peluang bagi umat Islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin. Merupakan peluang karena umat Islam berhubungan dengan perbankan dengan tenang, tanpa keraguan dan didasari oleh motivasi keagamaan yang kuat di dalam memobilisasi dana masyarakat untuk pemberdayaan pembangunan ekonomi umat.⁵

Bank syariah di Indonesia hadir dengan menawarkan berbagai alternatif dan variasi produk yang menjadi daya tarik konsumen. Salah satu produk pada bank syariah adalah produk penghimpunan dana yang mencakup tabungan, giro dan deposito. Produk ini selanjutnya diklasifikasikan lagi berdasarkan akad antara nasabah dengan pihak bank. Adapun akad yang dipakai dalam produk penghimpunan dana adalah *wadi'ah* (non bagi hasil) dan *muḍārabah* (bagi hasil). Dalam kaitannya dengan produk penghimpunan dana ini nasabah berhak memilih produk mana yang ingin diambil dari bank syariah dari segi penghimpunan dana.

Karakteristik produk bank syariah bisa meliputi pelayanan dan promosi. Pelayanan merupakan suatu kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.⁶ Pelayanan bank

⁵ Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait BMUI dan Takaful*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 55.

⁶ Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

syariah dituntut untuk beda dari bank konvensional dengan memperhatikan etika pelayanan yang sesuai dengan akhlakul karimah.

Promosi sebagai salah satu strategi pemasaran dalam mencapai keberhasilan dalam perusahaan barang dan jasa. Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan maka semakin mendekati target pasar yang diharapkan. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

Dengan seiring bertambahnya pengetahuan pelajar, mereka juga ada ketertarikan untuk mencoba salah satu produk bank syariah yaitu tabungan. Pelajar dapat memperoleh pengetahuan tentang perbankan syariah dari pengetahuan eksternal yaitu melalui media cetak, media elektronik, teman dan tetangga. Dan dari pengetahuan tersebut terbentuklah minat mengetahui sistem perbankan syariah melalui menabung. Seorang yang tertarik biasanya akan mencari informasi kemana saja demi mendapatkan berita tentang sistem perbankan syariah. Asumsi peneliti adalah faktor produk, faktor pelayanan dan faktor promosi akan memengaruhi pelajar menabung atau bertransaksi terhadap perbankan syariah.

Dari latar belakang di atas peneliti ingin menguji faktor produk, pelayanan dan promosi yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. dan apakah faktor ini yang mempengaruhi keputusan pelajar yang ada di Pondok Pesantren Al-

Mukhlisin menjadi nasabah di Perbankan Syariah. Maka dari latar belakang tersebut peneliti mengambil judul :

“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Untuk Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan (Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan)”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagi kalangan para pelajar di Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan masih banyak yang belum tahu produk bank syariah.
2. Masih minimnya penawaran produk yang ditawarkan dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.
3. Berkurangnya pelayanan yang diberikan pihak PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan karena hal tersebut tidak adanya lagi *mobile branch*.
4. Menurunnya daya ketertarikan para pelajar untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan dari sekian banyaknya total keseluruhan pelajar di Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada diatas dan agar penelitian lebih terarah untuk mencapai tujuan penelitian yang dimaksud. Adapun batasan masalah yang diteliti yaitu pengaruh faktor produk, pelayanan dan promosi bagi pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan.

D. Defenisi Operasional Variabel

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap istilah yang dipakai dalam judul skripsi ini maka disini dibuat defenisi operasional variabel penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel I.2
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Produk (X1)	Produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. ⁷	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk sesuai kebutuhan b. Produk terjamin keamanannya c. Produk yang menarik dan beragam 	Ordinal
2	Pelayanan (X2)	Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lain. ⁸	<ul style="list-style-type: none"> a. Daya tanggap (<i>responsive</i>) b. Komunikasi c. Kemampuan memahami pelanggan d. Bukti fisik e. Kehandalan f. Kesopanan 	Ordinal

⁷ Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Padangsidimpuan: Diktat, 2014), hlm. 48

⁸ Malayu S. P Hasibuan, *Op.Cit.*, hlm. 152.

3	Promosi (X3)	Promosi adalah cara untuk memberitahukan kepada masyarakat. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. ⁹	<ul style="list-style-type: none"> a. Penayangan iklan melalui televisi b. Pemasangan spanduk tabungan guna menarik minat nasabah menabung c. Promosi melalui undian berhadiah. 	Ordinal
4	Keputusan menjadi nasabah (Y)	Keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. ¹⁰	<ul style="list-style-type: none"> a. Kebutuhan b. Publik c. Manfaat d. Sikap orang lain e. Kepuasan 	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan batasan masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan?

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 155.

¹⁰ Muhammad Isa., *Op. Cit.*, hlm. 44.

2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.

G. Kegunaan Penelitian

Dari tujuan penelitian tersebut, maka peneliti mengharapkan penelitian ini dapat berguna:

1. Bagi peneliti, agar lebih memahami dan menambah wawasan dalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pelajar untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan dan menambah perbendaharaan penelitian dalam dunia perbankan .
2. Bagi pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan, sebagai masukan dalam pengambilan keputusan, atau pertimbangan untuk menjadi nasabah yang lebih aktif dan teliti.
3. Bagi peneliti lain, sebagai bahan bacaan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi selanjutnya, maka peneliti mengklasifikasikannya ke dalam lima bab, yaitu:

BAB I adalah merupakan Pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Defenisi Operasional Variabel, Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.

BAB II adalah mengemukakan Landasan teori, yang terdiri dari Kerangka Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pikir dan Hipotesis.

BAB III, membahas Metodologi Penelitian yang terdiri dari Lokasi dan Waktu Penelitian, Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Instrumen

Pengumpulan Data, Teknik Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Realibilitas, Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.

BAB IV, membahas Hasil Penelitian, yang terdiri dari Hasil Penelitian Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Untuk Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan (Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan).

BAB V, membahas Penutup, yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan adalah jawaban masalah yang dirumuskan dalam pendahuluan. Pada bagian saran dimuat hal-hal yang perlu direkomendasikan dan tidak lanjut dari hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan Nasabah

a. Defenisi Keputusan

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, begitu besarnya pengaruh yang akan terjadi jika seandainya rekomendasi yang dihasilkan tersebut terdapat kekeliruan atau adanya kesalahan-kesalahan yang tersembunyi karena faktor ketidakhati-hatian dalam melakukan pengkajian masalah.¹

b. Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian berkaitan dengan kegiatan dimana seseorang konsumen akan memutuskan untuk mencari suatu produk atau jasa yang dia inginkan. Keinginan ini dimulai dari kebutuhan yang dirasakan mendesak bagi konsumen tersebut. Ada beberapa pola perilaku yang menentukan ketika akan melakukan pembelian. Adapun tahapannya adalah sebagai berikut:

¹ Irham Fahmi, *Manajemen (Teori, Kasus, dan Solusi)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 333.

a. Pengenalan Masalah/ Kebutuhan

Merupakan proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkannya.

b. Pencarian Informasi

Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal) atau mencari dari luar (pencarian eksternal). Pencarian eksternal adalah proses pencarian informasi mengenai berbagai produk dan merek, pembelian maupun konsumsi kepada lingkungan konsumen. Misalnya melalui teman, tetangga, iklan, wiraniaga, kemasan, personil pemasaran, media massa, dll.

c. Evaluasi Alternatif

Pada tahap ini konsumen mengevaluasi pilihan harga dan merek berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih. Konsumen memandang setiap produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari dan memuaskan kebutuhan. Atribut-atribut yang menarik bagi pembeli berbeda-beda menurut produknya:

- a. Kamera: ketajaman gambar, kecepatan kamera, ukuran kamera, harga.
- b. Hotel: Lokasi, kebersihan, suasana, biaya.
- d. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi di antara merek-merek dalam kelompok pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk minat pembelian untuk membeli merek yang paling disukai.

- e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Konsumen juga akan melakukan tindakan purnabeli dan menggunakan produk tersebut.²

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Faktor adalah hal atau keadaan, peristiwa yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu. Misalnya untuk menjadi atlet yang tangguh, kemampuan fisik, ketahanan mental, dan semangat juang merupakan hal atau faktor yang sangat mempengaruhi untuk menjadi atlet yang tangguh.³

² Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 129.

³ Wahmuji, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 451.

1. Pengaruh Faktor Produk Terhadap Keputusan Pelajar

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk dijual. Produk dalam arti luas, meliputi produk fisik, servis/ jasa, orang, organisasi, tempat, ide, rights (hak paten).

Jenis-jenis produk adalah sebagai berikut:

1. *Consumers goods*, yaitu produk yang dibeli oleh konsumen untuk penggunaan pribadi.
2. *Industrial goods*, yaitu produk yang dibeli untuk diolah menjadi barang lain atau untuk dijual kembali.

Produk apa yang dipilih konsumen yang dapat memuaskan kebutuhan mereka? Tentu saja, produk yang dapat memberikan benefit (manfaat) lebih besar daripada *cost*.⁴

Di dalam penelitian Muhammad Ikbal Hasibuan mengemukakan bahwa faktor produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menjadi nasabah di Bank Syariah.⁵ Kondisi ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan dapat dirasakan melalui produk yang dimiliki perusahaan, pelanggan membeli suatu produk yang sesuai dengan harapan pelanggan itu sendiri.

⁴ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 38.

⁵ Muhammad Ikbal Hasibuan, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan Menjadi Nasabah Bank Syariah”, dalam Skripsi Jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Padangsidimpuan Tahun 2017.

Dari hasil penelitian tersebut, menyimpulkan bahwa faktor produk berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi nasabah.

Produk merupakan faktor utama yang berpengaruh terhadap keputusan pelajar untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Sibuhuan dimana produk ini harus sesuai dengan kebutuhan pribadi.

2. Pengaruh Faktor Pelayanan Terhadap Keputusan Pelajar

Menurut Chaffey (2009) *service* adalah seluruh aktifitas ataupun manfaat yang pada dasarnya tidak berwujud yang dapat diberikan kepada orang lain namun tidak menimbulkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler dan Keller *service* atau pelayanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.⁶

Jadi dapat disimpulkan bahwa *service* atau pelayanan adalah seluruh aktifitas, tindakan, kinerja ataupun manfaat yang pada dasarnya tidak berwujud, yang dapat diberikan dari satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan akan sesuatu atau apapun.

Dari penelitian Rahayu Istiqomah mengemukakan bahwa faktor pelayanan terdapat hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah STAIN Salatiga untuk menjadi

⁶ S. P Hasibuan, Malayu, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

nasabah di perbankan syariah.⁷ Kondisi ini mengindikasikan bahwa pelayanan merupakan faktor utama yang memberikan kontribusi paling besar dalam hubungannya dengan hasil persepsi masyarakat umum terhadap Bank Syariah.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi kecenderungan atau preferensi nasabah. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang prima akan membuat nasabah semakin tertarik untuk menabung pada lembaga tersebut.

3. Pengaruh Faktor Promosi Terhadap Keputusan Pelajar

Menurut Philip Kotler promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Yang termasuk kegiatan promosi antara lain:

1. Periklanan, merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, televisi atau radio.
2. Promosi penjualan, merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

⁷ Rahayu Istiqomah, “ Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Salatiga Untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah, dalam Skripsi Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Tahun 2015.

3. Publisitas, merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal, sosial atau olahraga.
4. Penjualan pribadi, merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.⁸

Di dalam penelitian Damayanti Maysaroh mengemukakan bahwa terdapat pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa faktor promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kecenderungan atau preferensi.⁹

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor promosi merupakan suatu komunikasi yang penting untuk meyakinkan, membujuk, mendesak, mengajak para calon nasabah untuk menjadi nasabah di suatu bank. Serta mengingatkan nasabah mengenai keberadaan suatu produk dan berupaya melekatkan nama atau merk produk tertentu di benak konsumen.

⁸ Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Padangsidempuan: Diktat, 2014) hlm. 71-72

⁹ Damayanti Maysaroh, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah", dalam Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Tahun 2014.

Promosi merupakan suatu penawaran yang diberikan oleh pihak penyedia jasa kepada nasabah untuk membuat nasabah tertarik untuk menabung.

2. Produk

a. Pengertian Produk

Produk yang dihasilkan dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam yaitu produk yang berwujud dan produk tidak berwujud. Produk yang berwujud (*tangible*) berupa barang yang dapat dilihat, dapat disimpan, dipegang, maupun dirasakan sebelum membelinya. Contohnya adalah mobil, lemari, buku, dan sebagainya. Sedangkan produk yang tidak berwujud (*intangible*) biasanya berupa jasa (*service*) dimana tidak dapat dilihat atau dirasa sebelum dibeli. Contohnya adalah jasa konsultan, jasa dokter, jasa keuangan, dan sebagainya.

Secara umum produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk akan memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.¹⁰

Agar produk yang dibuat laku di pasaran, maka penciptaan produk haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih

¹⁰ Muhammad Isa, *Op.Cit*, hlm. 48.

baik dibandingkan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus diciptakan setiap waktu, sehingga dapat menarik minat calon nasabah baru atau mempertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini.

b. Produk-Produk Bank Syariah

Produk perbankan syariah dapat dibagi menjadi:

1) Penyaluran dana

a) Prinsip jual beli

1. Bai' al-Murābahah

Bai' al-murābahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak bank dan nasabah. Dalam *murābahah*, penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atas laba dalam jumlah tertentu.

2. Bai' as-Sālam

Bai' as-sālam ialah akad pesanan barang yang disebutkan sifat-sifatnya, yang dalam majelis itu pemesan barang menyerahkan uang seharga barang pesanan yang barang pesanan tersebut menjadi tanggungan penerima pesanan.

3. *Bai' al-Istishna*

Alur transaksi *istishna* mirip dengan *sālam*, namun dalam *Istishna* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran.

b) Prinsip Sewa

Ijārah adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*ownership/milkiyyah*) atas barang itu sendiri.

c) Prinsip Bagi Hasil

Produk pembiayaan bank syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil terdiri dari *al-musyārahah* dan *al-muḍārabah*.

1. *Al-Musyārahah*

Musyārahah adalah kerjasama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

2. *Al-Muḍārabah*

Muḍārabah yaitu bepergian untuk urusan dagang. Secara teknis *muḍārabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*ṣāhibul māl*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan

usaha secara *muḍārabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian pengelola, pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

d) Pembiayaan

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, namun ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Meskipun tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, dalam akad pelengkap ini dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Besarnya pengganti biaya ini sekedar untuk menutupi biaya yang benar-benar timbul.

1. Al-ḥiwālah

Kata hiwalah diambil dari kata *taḥwil* yang berarti *intiḡal* (perpindahan). Yang dimaksud di sini adalah memindahkan hutang dari tanggungan *muḥil* (orang yang berhutang) menjadi tanggungan *muḥal alaih* (orang yang berkewajiban membayar hutang).

2. *Ar-Rahn*

Rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai. Tujuan akan *rahn* adalah untuk memberi jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.

3. *Al-Qarḍ*

Al-Qarḍ adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.

4. *Al-Wakalah*

Al-wakalah adalah pelimpahan kekuasaan oleh seorang sebagai pihak pertama kepada orang lain sebagai pihak kedua dalam hal-hal yang diwakilkan.

5. *Al-Kafālah*

Kafālah yaitu jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam pengertian lain, *kafālah* juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai jaminan.

2) Penghimpunan Dana

a. *Al-Wadi'ah*

Al-wadi'ah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip kehendaki.

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan dalam perbankan syariah adalah *wadi'ah yad ḍamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. Dalam konsep *wadi'ah yad ḍamanah*, bank dapat mempergunakan dana yang dititipkan, akan tetapi bank bertanggung jawab penuh atas keutuhan dari dana yang dititipkan.

b. *Al-Muḍārabah*

1. *Al-Muḍārabah Mutlaqah*

Muḍārabah mutlaqah adalah *muḍārabah* yang tidak disertai dengan pembatasan penggunaan dana dari *saḥibul māl*.

2. *Al-Muḍārabah Muqayyadah on Balance Sheet*

Jenis *muḍārabah* ini merupakan simpanan khusus (*restriced invesment*) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank. Misalnya disyaratkan digunakan untuk bisnis tertentu, atau disyaratkan digunakan dengan akad tertentu, atau disyaratkan digunakan untuk nasabah tertentu.

3. *Al- Muḍārabah Muqayyadah of Balance Sheet*

Jenis *muḍārabah* ini merupakan penyaluran dana *muḍārabah* langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara (*arranger*) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari kegiatan usaha yang akan dibiayai dan pelaksanaan usahanya.

3) **Jasa perbankan**

a. *Al-Sharf*

Sharf adalah perjanjian jual beli suatu valuta dengan valuta lainnya. Transaksi jual beli mata uang asing (valuta asing) dapat dilakukan baik dengan sesama mata uang yang sejenis, misalnya rupiah dengan rupiah maupun yang tidak sejenis, misalnya rupiah dengan dolar atau sebaliknya. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*).

b. *Al-Ijārah*

Jenis kegiatan *ijārah* antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.¹¹

¹¹ Sutan Remi Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 180-279.

3. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Philip Kotler pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Menurut Malayu S.P Hasibuan pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.¹²

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu proses untuk memenuhi kebutuhan seseorang atau menyediakan segala sesuatu yang diperlukan oleh orang lain.

b. Dimensi kualitas pelayanan

1. *Responsive* (daya tanggap)

Suatu respon/kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

Sesuai dengan firman Allah pada QS. Al-Maidah: 1:

¹² Malayu, S. P Hasibuan, *Op.Cit*, hlm. 152.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةٌ
 الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ
 إِنَّ اللَّهَ تَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.”¹³

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa orang-orang yang beriman, tepatilah semua janjimu, karena menepati janji itu adalah wajib, yang dimaksud dengan janji itu adalah:

- a. Janji antara kita dengan Allah, yaitu bila kita telah mengakui adanya Allah, wajib kita ta’at mengikut perintahnya, sebagaimana kita mengakui beragama Islam, wajib kita mengikuti perintah-perintah Allah dalam Qur’an.
- b. Janji antara kita sesama manusia, baik janji itu dengan mulut (lisan) ataupun tulisan, semuanya itu wajib ditepati dan disempurnakan menurut semestinya.

¹³ Departemen Agama Islam, *Al-qur’an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV Penerbit J-Art, 2004), hlm. 106.

- c. Aqad-aqad seperti aqad jual beli, sewa-menyewa, pinjam-meminjam, dll baik dengan mulut (ijab dan qabul) ataupun dengan tulisan, semuanya itu wajib disempurnakan menurut aqad yang telah dilakukan itu.
- d. Janji kita dengan diri kita sendiri, misalnya kita berjanji (bernazar).¹⁴

2. *Reliability* (kehandalan)

Suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.

Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan/ muamalah, Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Ahzab: 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ
يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya: Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat dan Dia banyak menyebut Allah.¹⁵

¹⁴ Mahmud Yunus, *Tafsir Quran Karim*, (Singapore: Percetakan Pakar, 1979), hlm. 144.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 420.

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa orang yang bisa meniru keteladanan nabi itu ialah orang yang mengharap keridhaan Allah, hari kiamat, dan yang sadar akan keagungan Allah.¹⁶

3. Assurance (jaminan)

Kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan., keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermu'amalah, Allah SWT berfirman dalam QS.Asy-Syu'ara, 181-182:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا
بِالْقِسَاطِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ ﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain, dan timbanglah dengan timbangan yang benar”.¹⁷

¹⁶ Mahmud Yunus, *Op.Cit.*, hlm. 616.

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa nabi-nabi itu menyeru manusia, lain tidak, melainkan semata-mata untuk memperbaiki masyarakat mereka dan menghilangkan kepercayaan yang bohong-bohong.¹⁸

4. *Emphaty* (perhatian)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain, Allah telah berfirman dalam QS. An-nahl: 90:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ
وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ
لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”¹⁹

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 374.

¹⁸ Mahmud Yunus, *Op.Cit.*, hlm. 550.

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 277.

Dan pada ayat ini menjelaskan bahwa Allah memerintahkan para hamba-Nya untuk berlaku adil dalam setiap perkataan dan perbuatan. Allah menyuruh mereka untuk selalu berusaha menuju yang lebih baik dalam setiap usaha dan mengutamakan yang terbaik dari lainnya. Allah memerintahkan mereka untuk memberikan apa yang dibutuhkan oleh para kerabat sebagai cara untuk memperkokoh ikatan kasih sayang antar keluarga. Allah melarang mereka berbuat dosa, lebih-lebih dosa yang amat buruk dan segala perbuatan yang tidak dibenarkan oleh syariat dan akal sehat. Allah melarang mereka menyakiti orang lain. Dengan perintah dan larangan itu, Allah bermaksud membimbing kalian menuju kemaslahatan dalam setiap aspek kehidupan, agar kalian selalu ingat karunia-Nya dan menaati firman-firman-Nya.²⁰

5. *Tangibles* (kemampuan fisik)

Suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal lainnya yang bersifat fisik.²¹

Salah satu catatan penting bagi pelaku lembaga keuangan syariah, bahwa dalam menjalankan operasional perusahaannya harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar'i. Hal

²⁰ Mahmud Yunus, *Op.Cit.*, hlm. 393.

²¹ Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry, 1998, *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1.

ini sebagaimana yang telah Allah SWT firmankan dalam QS. Al-A'raf:

26:

يَبْنِيْٓ اٰدَمَ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُوَارِيْ سَوْءَٓ اَتِكُمْ وَرِيْشًا
وَلِبَاسُ التَّقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِنْ اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ
يَذْكُرُوْنَ ﴿٢٦﴾

Artinya: “Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.”²²

Dalam ayat ini menegaskan bahwa Allah menciptakan pakaian guna untuk menutupi dan pakaian yang digunakan sebagai perhiasan yakni amal saleh dan akhlak yang baik.²³

c. Dasar-dasar Pelayanan

Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, maka harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang *Customer Service*:

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
2. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum.

²² *Ibid.* hlm.153 .

²³ Mahmud Yunus, *Op.Cit.*, hlm. 212.

3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika mengenal nasabah.
4. Tenang, sopan hormat serta tekun mendengarkan pembicaraan.
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
6. Bergairah dalam melayani nasabah serta menunjukkan kemampuannya.
7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
8. Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan.
9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.²⁴

d. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik di mata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri-ciri pelayanan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh *Customer Service*, yaitu:

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
2. Tersedia karyawan yang baik.
3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat.

²⁴ Muhammad Isa, *Op. Cit.*, hlm. 94.

5. Mampu berkomunikasi.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.²⁵

4. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah komunikasi yang persuasive, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasif (komunikasi) adalah ada komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku si penerima (target pendengar).²⁶

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi atau berkomunikasi antara penjual dan pembeli potensial yang bersifat menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran untuk menciptakan permintaan atas produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan dalam

²⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 186-187.

²⁶ Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 95.

memberitahukan produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.²⁷

Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan produk dan jasanya, yaitu sebagai berikut:

a. 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.

4. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

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

5. 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.

6. Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.²⁸

²⁷ *Ibid.*, hlm. 155.

b. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi

Beberapa faktor yang mempengaruhi bauran promosi menurut Stanton antara lain :

- a. *The amount of money available for promotion* (Jumlah uang yang tersedia untuk melakukan promosi). Jumlah modal yang dimiliki suatu perusahaan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melakukan promosi. Perusahaan yang memiliki modal tinggi tentu lebih memiliki kemampuan membaurkan elemen-elemen promosi dengan mudah.
- b. *The nature of the market* (Kondisi pasar). Termasuk di dalamnya yaitu keadaan geografis daerah pemasaran guna menjamin kelancaran kedatangan pelanggan atau konsumen.
- c. *The nature of product* (Kondisi Produk). Produk tersebut diproduksi untuk siapa? Apakah konsumen terakhir ataukah sebagai pasokan bagi industri lain.
- d. *The stage of the product's life cycle* (Tingkat siklus kehidupan produk). Pada tingkat mana siklus kehidupan produk sudah dicapai akan mempengaruhi promosi yang digunakan.²⁹

²⁸ Muhammad Isa, *Op. Cit.*, hlm, 71-72.

²⁹ www.ilmu-marketing.co.cc.

B. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang hampir sama dengan kajian yang diteliti oleh peneliti, penelitian tersebut akan digambarkan pada tabel dibawah ini:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No .	Nama Peneliti	Judul/ Tahun	Hasil Penelitian
1.	Rahayu Istiqomah	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Stain Salatiga Untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah. (Skripsi, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga, 2015).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel nilai syariah, produk, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah STAIN Salatiga untuk menjadi nasabah di perbankan syariah. Dari keempat variabel bebas tersebut, terlihat bahwa variabel pelayanan merupakan variabel utama yang memberikan kontribusi paling besar dalam hubungannya dengan hasil keputusan mahasiswa perbankan syariah STAIN Salatiga untuk menjadi nasabah di perbankan syariah.
2.	Roose Hamidah Febriasti	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. (Skripsi, Program Studi Keuangan Islam, Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, persepsi pelayanan, bagi hasil, dan kredibilitas karyawan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa menabung. Sedangkan secara parsial, persepsi pelayanan, bagi hasil berpengaruh positif, sedangkan kredibilitas karyawan tidak berpengaruh

			terhadap keputusan mahasiswa menabung.
3.	Muhammad Iqbal Hasibuan	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan Menjadi Nasabah bank Syariah. (Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, IAIN Padangsidempuan, 2017)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial produk berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa, kemudian faktor bagi hasil tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan mahasiswa sedangkan pelayanan berpengaruh. Jadi yang paling dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah adalah faktor produk.
4.	Hadegganan Sihombing	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Santri Pondok Pesantren Al-Mukhtariyah Sungai Dua Portibi Memilih Produk Tabungan Simpanan Pelajar Bank Syariah Mandiri Kc Gunung Tua. (Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah , IAIN Padangsidempuan, 2017).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan, sedangkan promosi dan pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan.
5.	Damayanti Maysaroh	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah. (Skripsi, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014).	Dari hasil penelitian ini bahwa menunjukkan adanya pengaruh faktor budaya, psikologis, lokasi dan promosi terhadap keputusan nasabah dan faktor sosial, pribadi, produk, pelayanan dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya di atas maka peneliti ingin meneliti pengaruh produk, pelayanan dan promosi terhadap keputusan pelajar menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Sibuhuan (Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan). Dikarenakan beberapa hal yang menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

1. Rahayu Istiqomah (2015), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti adalah dari faktor nilai syariah.
2. Roose Hamidah Febriasti (2014), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti adalah dari faktor bagi hasil dan kredibilitas karyawan.
3. Muhammad Ikbal Hasibuan (2017), Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan Menjadi Nasabah Bank Syariah. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti adalah faktor bagi hasil.
4. Hadenggan Sihombing (2017), Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Santri Pondok Pesantren Al-Mukhtariyah Sungai Dua Portibi Memilih Produk Tabungan Simpanan Pelajar Bank Syariah Mandiri Kc Gunung Tua. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti adalah faktor harga dan pengetahuan.

5. Damayanti Maysaroh (2014), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti adalah faktor budaya, psikologis, lokasi faktor sosial, dan pribadi.

C. Kerangka Pikir

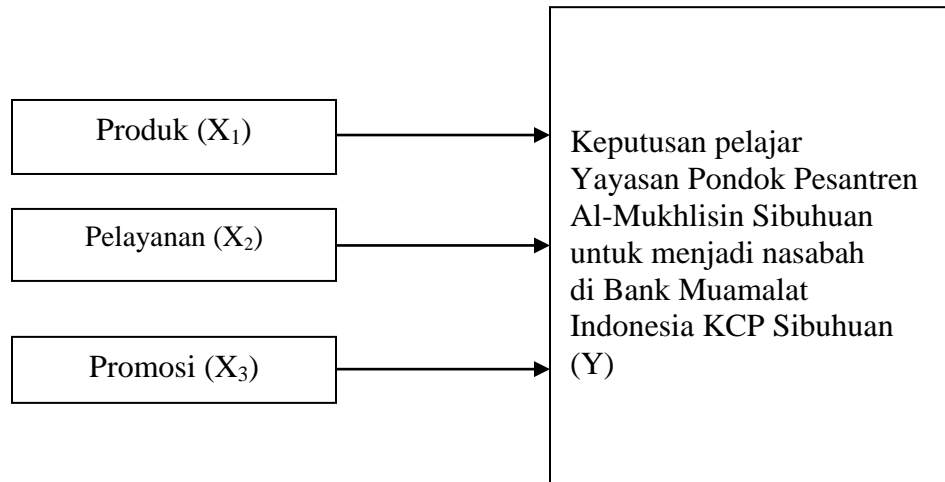
Berdasarkan pada teori sebelumnya, peneliti mengkategorikan analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sibuhuan adalah faktor produk, pelayanan dan promosi. Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus bersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Terdapat beberapa sudut pandang yang memengaruhi konsumen dalam menganalisis pengambilan keputusan.

Dalam pengambilan keputusan pelajar untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sibuhuan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: produk, pelayanan dan promosi. Produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Pelayanan adalah sebuah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang menyangkut segala masalah yang ditujukan orang lain untuk menyelesaikan masalah. Sedangkan promosi adalah kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi, dan menghimbau khalayak ramai.

Untuk memperjelas penelitian ini maka penulis membuat kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar II.1
Kerangka Pikir



Oleh sebab itu perlu dikaji dan diteliti apakah produk, promosi dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sibuhuan.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian, yang kebenarannya harus diuji secara empiris.³⁰ Jawaban sementara yang dimaksudkan adalah jawaban sementara terhadap masalah yang telah dirumuskan.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dan terkumpul dari anggapan dasar maka penulis menetapkan hipotesa penelitian sebagai berikut; produk, promosi, dan

³⁰ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 21.

pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pelajar untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sibuhuan.

Berdasarkan Hipotesa yang dikemukakan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

H_{o1} = Tidak terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sibuhuan.

H_{a1} = Terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sibuhuan.

H_{o2} = Tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sibuhuan.

H_{a2} = Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sibuhuan.

H_{o3} = Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sibuhuan.

H_{a3} = Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sibuhuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam membantu menyelesaikan penelitian ini maka yang menjadi tempat penelitian adalah Sekolah Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan yang berada di Jl. Bhakti No. 78 B Lingkungan II Pasar Sibuhuan. Adapun waktu penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini mulai Maret sampai November 2017.

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif, dimana jenis kuantitatif merupakan penelitian yang berbentuk angka untuk menguji suatu hipotesis. Menurut Margono penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih banyak menggunakan logika hipotesis verifikasi yang dimulai dengan berfikir deduktif untuk menurunkan hipotesis kemudian melakukan pengujian dilapangan dan kesimpulan atau hipotesis tersebut ditarik berdasarkan data empiris. Oleh karena itu menekankan pada indeks-indeks dan pengukuran empiris.¹

¹ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 64.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi yaitu keseluruhan sasaran yang seharusnya diteliti dan pada populasi itu hasil penelitian diberlakukan.² Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan tingkat Aliyah (SMA) dan tingkat Tsanawiyah (SMP). Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan yaitu sebanyak 1771 pelajar.

Tabel III.1
Jumlah Pelajar yang Menjadi Nasabah

Jenjang pendidikan	Jumlah Pelajar	Jumlah yang Menjadi Nasabah	Persentase %
Tsanawiyah	1143	517	69
Aliyah	628	231	31
Jumlah	1771	748	100

Sumber: Data jumlah pelajar yang menjadi nasabah di PT. BMI, Tbk. KCP Sibuhuan pada Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipergunakan sebagai sumber data yang sebenarnya. Dengan kata lain, sampel merupakan bagian dari populasi.

Adapun teknik sampling yang dipilih adalah teknik sampel *probability sampling*, yakni *proportionate stratified random sampling* dengan menggunakan

² Moh. Kasiran, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010), hlm. 257.

rumus *slovin*, yaitu teknik yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/ unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

Berikut adalah teknik pengambilan sampel pelajar menggunakan rumus *slovin*, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^{2.5}}$$

Keterangan:

n = Banyaknya unit sampel

N = Banyaknya populasi

e = Taraf Nyata (0,1)

1 = Bilangan Konstanta

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah populasi yang berdasarkan jumlah pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan yaitu 1771 orang. Berikut adalah perhitungan sampel:

Demikian dapat diketahui besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{1771}{(1771)(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1771}{0.01771 + 1}$$

$$n = \frac{1771}{0.2771}$$

n = 6391,195146157 dibulatkan menjadi 64

Berdasarkan hasil perhitungan sampel, maka dapat diketahui bahwa banyaknya responden yang akan diteliti pada pengambilan sampel secara *purposive sampling* dari populasi pelajar sebanyak 64 sampel (orang). Setelah

didapat sampel yang dibutuhkan, langkah yang kedua adalah menentukan sampel perkelompok atau tingkatan dari 64 sampel yang telah didapat, yaitu dengan menggunakan rumus penentuan ukuran sampel dengan tabel Krecjie dan monogram Harry King agar sampel lebih proporsional.³

Rumus yang digunakan:

$$n = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan:

N_i = Jumlah populasi dari masing-masing kelompok

N = Jumlah dari keseluruhan populasi

n = Jumlah sampel yang diambil⁴

Berdasarkan rumus pengambilan sampel kelompok di atas maka sampel kelompok dalam penelitian ini adalah:

1) Tingkat Tsanawiyah

$$n_i = \frac{1143}{1771} \times 64$$

$n_i = 41,3054771315$ dibulatkan menjadi 41

2) Tingkat Aliyah

$$n_i = \frac{628}{1771} \times 64$$

$n_i = 22,6945228684$ dibulatkan menjadi 23

Berdasarkan rumus pengambilan sampel, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 64 orang yang tersebar di 2 tingkatan, yang dapat di lihat pada tabel dibawah ini:

³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015), hlm. 86.

⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 65.

Tabel III.2
Jumlah Sampel

No.	Tingkatan	Jumlah Sampel
1	Tsanawiyah	41
2	Aliyah	23
Total		64

D. Sumber Data

1. Data Primer (*primary data*)

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap suatu karakteristik benda (fisik), kejadian, kegiatan, dan hasil suatu pengujian tertentu. Ada dua metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu melalui survei dan observasi.⁵

Adapun data primer yang dibuat oleh peneliti adalah melalui survei yaitu dengan cara pembagian angket/ kuisioner kepada pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan. Angket atau *questionnaire* adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti.

⁵ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relations & Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 138.

2. Data Sekunder (*secondary data*)

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan.⁶

Data sekunder yang dikumpulkan oleh peneliti adalah buku-buku bacaan, literatur dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan yang mendukung penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono “ kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.⁷ Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data kuisisioner kepada pelajar Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan sebagai responden yang akan menjawab semua item pertanyaan.

Angket atau *questionnaire* adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti. Angket digunakan untuk mendapatkan keterangan dari

⁶ *Ibid.*

⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, *Op.Cit*, hlm. 116.

sampel atau sumber yang beraneka ragam yang lokasinya sering tersebar di daerah yang luas, nasional ada kalanya internasional.⁸

Wawancara atau interview adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Bila guru menanyakan murid tentang keadaan rumah, atau kita menanyakan petani tentang seluk-beluk pertanian, itu wawancara. Namun wawancara sebagai alat penelitian lebih sistematis.⁹

F. Instrumen Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam menguji hipotesa diperlukan suatu instrumen penelitian. Instrumen dalam penelitian sangat penting, sebab instrumen yang baik dapat menjamin pengambilan data yang akurat.

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.¹⁰

Untuk teknik pengolahan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

⁸ Rosady Ruslan, *Op. Cit.*, hlm. 128.

⁹ S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm. 113.

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2005), hlm.

Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif, yang berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

Tabel III.3
Skala Likert

Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Nilai Positif	5	4	3	2	1
Nilai Negatif	1	2	3	4	5

Keterangan:

SS: Sangat Setuju KS: Kurang Setuju STS: Sangat Tidak Setuju

S: Setuju TS: Tidak Setuju

Instrumen yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda.

Adapun kisi-kisi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel III.4
Kisi-Kisi Indikator Angket

No	Variabel	Indikator	Nomor	Soal
			Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1	Produk (X ₁)	a. Produk sesuai kebutuhan	1,2	
		b. Produk terjamin keamanannya	3,4	
		c. Produk yang menarik dan beragam	5,6	
2	Pelayanan (X ₂)	a. <i>Responsive</i> (daya tanggap)	1,2	3
		b. <i>Reliability</i> (kehandalan)	4	
		c. <i>Assurance</i> (jaminan)	5,6	
		d. <i>Emphaty</i> (perhatian)	7,8	
		e. <i>Tangibles</i> (kemampuan fisik)	9	
4	Promosi (X ₃)	a. Periklanan	1,2	6
		b. Promosi penjualan	3,5	
		c. Publisitas	4	
		d. Penjualan pribadi		
5	Keputusan menjadi nasabah (Y)	a. Keputusan melalui pengenalan masalah/ kebutuhan	1	
		b. Pencarian informasi	2	
		c. Evaluasi alternatif	3	
		d. Keputusan pembelian	4	
		e. Perilaku pasca pembelian	5,6,7,8	

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji validitas atau kesahihan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian ini dilakukan dengan taraf signifikan 0,1. Dimana jika nilai signifikan $< 0,1$ maka soal valid, sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,1$ maka soal tidak valid. Berdasarkan nilai *pearson correlation* $> r_{tabel}$ maka soal valid, sebaliknya jika *pearson correlation* $<$ dari r_{tabel} maka soal tidak valid.¹¹

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang (homogen) diperoleh hasil yang relatif yang sama selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah.¹²

Berdasarkan kriteria diatas maka dalam penelitian ini adalah apabila nilai $r > 0,6$ maka instrumen tersebut dikatakan reliabel, dan apabila nilai $r < 0,6$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

¹¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 132.

¹² Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhiddin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian: Bidang Sosial-Administran-Pendidikan*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011), hlm. 110-111.

H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Dalam teknik analisis, penulis menggunakan SPSS 22. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang data-data penelitian seperti *mean*, standar deviasi, modus, dan lain-lain. Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis deskriptif dengan memberikan gambaran tentang jumlah data minimum, maksimal, *mean*, dan standar deviasi.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas yang peneliti gunakan adalah uji normalitas Kolmogorov Smirnov. Uji Kolmogorov Smirnov merupakan pengujian normalitas yang dipakai, terutama setelah adanya banyak program statistik yang beredar. Kemudian data dapat dikatakan berdistribusi normal, jika nilai signifikan lebih besar dari 0,1, dan jika data tidak berdistribusi normal maka nilai signifikan lebih kecil dari 0,1. Selain itu uji normalitas juga akan dilakukan berdasarkan histogram.

3. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linear atau tidak secara signifikan. Pengujian linearitas melalui SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikan 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan

kurang dari 0,1.¹³ Uji linearitas merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi jika hendak melakukan perhitungan regresi linear sederhana atau berganda antara variabel yang diteliti.

4. Uji Asumsi Klasik

Model pengujian hipotesis berdasarkan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi asumsi klasik agar menghasilkan nilai parameter yang akurat. Adapun uji asumsi klasik digunakan sebagai berikut:

1) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan yang sempurna di antara semua variabel yang menjelaskan garis regresi. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) menjauhi 10 *tolerance* menjauhi 1 pada *output coefficient*.¹⁴

1. Jika $VIF > 10$, dan $Tolerance < 0,1$ maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika $VIF < 10$, dan $Tolerance > 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

2) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu

¹³ *Ibid.*, hlm. 36.

¹⁴ Triton Prawira Budi, *SPSS 13.0 Terapan Riset Statistic Parametrik*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006), hlm. 156.

pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

Heterokedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu megkorelasikan antara *absolute residual* hasil regresi dengan semua variabel bebas.

1. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,1(10%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heterokedastisitas.
2. Bila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,1(10%) maka persamaan regresi tersebut tidak mengandung heterokedastisitas atau homoskedastisitas.¹⁵

3) Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokolerasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai untuk memprediksi. Dilakukan ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokolerasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika angka Durbin-Watson (DW) dibawah -2, berarti autokorelasi positif.
- b) Jika angka Durbin-Watson (DW) di atas +2, berarti autokorelasi negatif.
- c) Jika angka Durbin-Watson (DW) di antara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi.¹⁶

¹⁵ Masyhuri dan Nur Asnawi, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 178.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel terikat. Analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel bebasnya minimal dua variabel. Sebelum data diuji secara regresi, data harus diubah menjadi data interval. Sehingga harus ditransformasi sebagai syarat analisis parametrik dengan regresi. Teknik yang digunakan adalah MSI (*Metode of Successive Interval*).

Uji regresi linear dengan dua atau lebih variabel bebas digunakan untuk meramalkan suatu variabel terikat Y berdasarkan dua atau lebih variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) dalam suatu persamaan linear. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

17

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

Dimana:

Y = Keputusan Pelajar

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X_1 = Produk

X_2 = Pelayanan

X_3 = Promosi

e = *Standar error*

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 178.

¹⁷ Agus Irianto, *Stastik Konsep Dasar Aplikasi, dan Pengembangannya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2004), hlm. 193.

Maka berdasarkan rumus diatas dapat kita ambil tentang persamaan rumus tentang keputusan pelajar adalah sebagai berikut:

$$K_p = a + b_1P + b_2Pe + b_3Pr + e$$

Keterangan:

K_p	= Keputusan Pelajar
a	= Konstanta
$b_1, b_2, b_3,$	= Koefisien regresi linear berganda
P	= Produk
Pe	= Pelayanan
Pr	= Promosi
e	= <i>Standard error term</i>

6. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan dalam menerima atau menolak hipotesis.¹⁸ Untuk menguji hipotesis, pengujian dilakukan dengan menggunakan:

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Adapun nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Menurut Santoso bahwa untuk regresi dengan lebih

¹⁸ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 34.

dari dua variabel bebas digunakan Adjusted R^2 sebagai koefisien determinasi.¹⁹

Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.²⁰

Tabel III.5
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80-0,999	Sangat kuat

2) Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel bebas secara individu dalam menerangkan variasi variabel terikat.²¹ Maka digunakan tingkat signifikansi sebesar 0,1. Setelah t_{hitung} diperoleh maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} atau jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , maka H_a diterima dan H_o ditolak.

¹⁹ Dwi Prayotno, *Mandiri Belajar SPSS*, (PT. Buku Kita: Jakarta, 2008), hlm. 81.

²⁰ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 240-241.

²¹ *Ibid.*, hlm. 238.

Ini berarti faktor-faktor (produk, pelayanan, dan promosi) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelajar.

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

Ini berarti faktor-faktor (produk, pelayanan, dan promosi) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelajar.

3) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.²² Dilakukan untuk menguji apakah besar atau kuatnya hubungan antar variabel yang di uji sama dengan nol. Uji signifikansi dilakukan dengan taraf nyata = 10% (0,1).

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a ditolak atau secara bersama-sama variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak.

²² *Ibid.*, hlm. 239.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan

1. Sejarah Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan

Pondok pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan berdiri pada hari Rabu tanggal 20 Juni Tahun 1990 dibawah Naungan Yayasan Al-Mukhlisin yang diprakarsai oleh Kiyai Haji Mukhtar Muda, Syahrudin Siregar, Salohot Daulay, Afner Azis Siregar, Ahmad Hasibuan, Bisman Pulungan, Haji Mahyuddin Nasution, Agus Salim Lubis, Sahrudin Harahap, Maralud Lubis, Burhanuddin Nasution, Hatta Hasibuan, Haji Abdul Haris Sormin, Thamrin Hasibuan dan Zubeir Hasibuan.

Pada tanggal 24 November tahun 2014 Pendiri Yayasan Al-Mukhlisin mengadakan Rapat Kepengurusan dimana salah satu hasil rapat tersebut diputuskan bahwa Yayasan Al-Mukhlisin berubah nama menjadi Yayasan Al-Mukhlisin Padang Lawas yang disahkan oleh Notaris Musa Daulay, SH, M.Kn dan SK Kemenhum dan HAM Nomor AHU-09800.50.10.2014, dimana Ketua Yayasan terpilih H. Rizal Efendi Daulay, SE, S.Pd, MM dan Pimpinan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan H. Achmad Fauzan Nasution, SQ, S.HI, MPd.I.

Pondok Pesantren Sibuhuan hingga hari ini memiliki santri sebanyak ± 1600 santri mulai tingkat PAUD, TPQ, MTs sampai Madrasah Aliyah, dan

memiliki tenaga pendidik sebanyak 78 orang, Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan telah banyak menoreh prestasi-prestasi di tingkat Kabupaten, Provinsi bahkan ditingkat Internasional pada MTQ NU Tingkat Internasional. Lulusan/Alumni Madrasah Aliyah Al-Mukhlisin sendiri telah diterima diperguruan tinggi Negeri baik PTAIN dan PTUN (seperti UIN Jakarta, UIN Malang, UNESA, USU, UNIMED, UNP dan Lain-lain) dan bahkan Perguruan Tinggi Diluar Negeri seperti Al-Azhar Kairo, Yaman dan Perguruan Tinggi di Maroko.

2. Visi dan Misi Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan

Sebagai sekolah yang terkemuka, Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan telah menetapkan visi dan misi sekolah yang akan menjadi acuan untuk seluruh jajaran staff pengajar untuk mewujudkan tujuan dan cita-cita sekolah. Visi Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan yaitu “Menjadi Lembaga Pendidikan Islam yang berkualitas sebagai kontributor terdepan dalam mencetak sumber daya manusia yang ber-IMTAQ dan ber-IPTEK. Sedangkan misi Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan adalah “ Mencetak Da’i penghapal Al-Qur’an, menanamkan nilai-nilai Islam dan Akhlaqul Karimah, Transformasi ilmu pengetahuan.

3. Tujuan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan

Lulusan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan diharapkan:

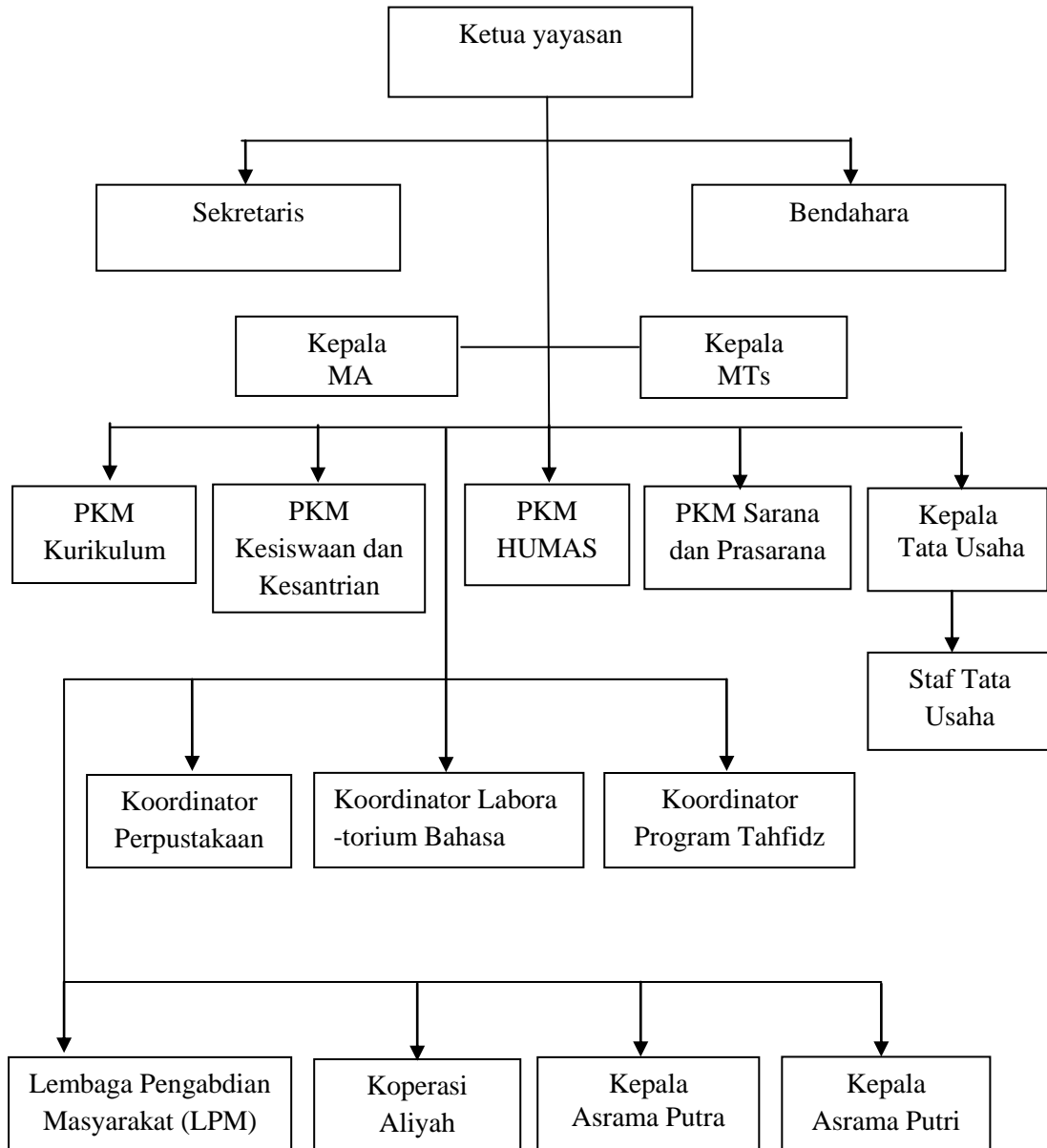
- Memiliki bacaan Al-qur’an yang baik dan benar

- Menguasai hukum Islam Fardhu ‘ain dan sebahagian Fardhu Kifayah (mengurus jenazah)
- Hapal minimal 5 Juz Al-Qur’an (Alumni MTs Al-Mukhlisin) dan 3 juz (non Alumni MTs Al-Mukhlisin)
- Masuk Perguruan Tinggi Negeri yang berbasis Agama atau Umum baik di dalam maupun luar negeri
- Memiliki semangat keislaman yang tinggi

B. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan

Untuk menjamin tercapainya suatu tujuan selain ditentukan oleh pegawai-pegawai yang duduk dalam organisasi, juga ditentukan oleh baik buruknya satu organisasi. Pada intinya suatu organisasi itu adalah suatu bentuk atau wadah kerjasama yang dilakukan oleh sekelompok orang di dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan. Maka susunan dari organisasi dari Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan adalah sebagai berikut:

Gambar IV.1 Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan



C. Karakteristik Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah pelajar Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan berjumlah 64 orang yang dijadikan sampel penelitian pertimbangan dianggap mampu untuk menjawab kuesioner secara objektif. Pengambilan data primer pada penelitian ini menggunakan instrumen angket yang disebar menurut tingkatan pada nasabah pelajar Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan.

Angket yang diberikan kepada responden dalam penelitian ini adalah angket produk, pelayanan, promosi, dan angket keputusan pelajar. Angket produk terdiri dari 6 butir pernyataan, pelayanan terdiri dari 9 butir pernyataan, promosi terdiri dari 6 pertanyaan, dan angket keputusan pelajar yang terdiri dari 8 butir pernyataan. Dari masing-masing butir pernyataan disesuaikan dengan indikator variabel.

Penyebaran dan pengumpulan angket dilaksanakan pertama kali pada hari Jum'at 13 Oktober 2017 sampai hari Sabtu 14 Oktober 2017. Penyebaran angket produk, pelayanan, promosi, dan angket keputusan pelajar dilakukan dengan mekanisme yaitu peneliti langsung menemui responden di sekolah pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan. Dalam karakteristik responden yang ditekankan adalah berdasarkan jenis kelamin, usia. Hal ini diuraikan melalui pembahasan berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan atau menggambarkan jenis kelamin responden. Hal ini dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu; laki-laki dan perempuan. Adapun karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat disajikan melalui tabel IV.1 berikut :

Tabel IV.1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persentase
Laki-laki	23	36%
Perempuan	41	64%
Total	64	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah.

Data responden berdasarkan jenis kelamin dilihat dari tabel IV.1 mayoritas responden yaitu perempuan, dan minoritas responden yaitu laki-laki. Responden berjenis kelamin perempuan sebesar 64% dan laki-laki 36%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan identitas responden berdasarkan usia atau umur responden yang dijadikan sampel penelitian. Oleh karena itu akan disajikan karakteristik responden berdasarkan usia berikut ini:

Tabel IV.2
Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Responden	Persentase
< 15 Tahun	41	64%
17 – 18 Tahun	23	36%
Total	64	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah.

Tabel IV.2 yakni karakteristik responden berdasarkan usia ternyata lebih didominasi oleh responden yang berumur antara < 15 tahun dengan persentase 64%. Dan yang paling sedikit berumur 17-18 tahun dengan persentase 36%.

D. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang diperoleh valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 10% atau 0,1. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Pearson Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Dan sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$) maka butir pernyataan tersebut dikatakan tidak valid. Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22.0 sebagai berikut:

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Produk

Dari hasil uji validitas instrumen faktor produk dapat disimpulkan bahwa ke 6 item valid berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 64$ adalah 0,2042, dan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Variabel Produk

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,611	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=64$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2042$.	Valid
P2	0,582		Valid
P3	0,610		Valid
P4	0,637		Valid
P5	0,472		Valid
P6	0,637		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah).

Pada hasil uji validitas di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan sebanyak 6 untuk variabel produk adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 64$ adalah 0,2042, pada hasil tabel diatas r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga ke 6 item pernyataan produk dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti sebagaimana hasil uji reliabilitas berikut ini:

Tabel IV.4
Hasil Uji Reliabilitas Faktor Produk

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	6

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel faktor produk adalah $0,629 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel faktor produk (X_1) adalah reliabel.

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pelayanan

Dari hasil uji validitas instrumen faktor pelayanan dapat disimpulkan bahwa ke 9 item valid berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 64$ adalah 0,2042, dan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel IV.5
Hasil Uji Validitas Faktor Pelayanan

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pe1	0,515	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=64$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2042$.	Valid
Pe2	0,489		Valid
Pe3	0,567		Valid
Pe4	0,461		Valid
Pe5	0,475		Valid
Pe6	0,566		Valid
Pe7	0,564		Valid
Pe8	0,641		Valid
Pe9	0,405		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah).

Pada hasil uji validitas di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan sebanyak 9 untuk variabel pelayanan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 64$ adalah 0,2042, pada hasil tabel diatas r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga ke 9 item pernyataan pelayanan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti sebagaimana hasil uji reliabilitas berikut ini:

Tabel IV.6
Hasil Uji Reliabilitas Faktor Pelayanan

Cronbach's Alpha	N of Items
.702	8

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22(data diolah)

Dari hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel faktor pelayanan adalah $0,702 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel faktor pelayanan (X_2) adalah reliabel.

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi

Dari hasil uji validitas instrumen faktor promosi dapat disimpulkan bahwa ke 6 item valid berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 64$ adalah 0,2042, dan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel IV.7
Hasil Uji Validitas Faktor Promosi

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pr1	0,382	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=64$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2042$.	Valid
Pr2	0,587		Valid
Pr3	0,602		Valid
Pr4	0,664		Valid
Pr5	0,653		Valid
Pr6	0,752		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22(data diolah)

Pada hasil uji validitas di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan sebanyak 6 untuk variabel promosi adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 64$ adalah 0,2042, pada hasil tabel diatas r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga ke 6 item pernyataan promosi dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti sebagaimana hasil uji reliabilitas berikut ini:

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas Faktor Promosi

Cronbach's Alpha	N of Items
.673	6

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah).

Dari hasil *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel faktor promosi adalah $0,673 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel faktor promosi (X_3) adalah reliabel.

4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah

Dari hasil uji validitas instrumen faktor keputusan pelajar dapat disimpulkan bahwa ke 8 item valid berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 64$ adalah 0,2042, dan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel IV.9
Hasil Uji Validitas Keputusan Pelajar

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kp1	0,565	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=64$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2042$.	Valid
Kp2	0,670		Valid
Kp3	0,536		Valid
Kp4	0,666		Valid
Kp5	0,422		Valid
Kp6	0,723		Valid
Kp7	0,750		Valid
Kp8	0,705		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah).

Pada hasil uji validitas di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan sebanyak 8 untuk variabel keputusan pelajar adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $n = 64$ adalah 0,2042, pada hasil tabel diatas r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga ke 8 item pernyataan keputusan pelajar dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti sebagaimana hasil uji reliabilitas berikut ini:

Tabel IV.10
Uji Reliabilitas Faktor Keputusan Pelajar

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	8

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah).

Dari hasil *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpha* untuk variabel faktor keputusan pelajar adalah $0,784 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel faktor keputusan pelajar (Y) adalah reliabel.

E. Hasil Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Analisis statistik deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari *mean*, minimum, dan maksimum yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.11
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean
produk	64	24	44	35.09
pelayanan	64	24	44	35.09
promosi	64	27	39	32.94
keputusan	64	23	39	32.86
Valid N (listwise)	64			

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah).

Berdasarkan hasil uji analisis statistik deskriptif di atas dapat dilihat bahwa variabel produk dengan jumlah data (N) sebanyak 64 mempunyai nilai rata-rata sebesar 35,09 dengan nilai terendah sebesar 24 dan nilai tertinggi sebesar 44. Variabel pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 64 mempunyai nilai rata-rata sebesar 35,09 dengan nilai terendah sebesar 24 dan nilai tertinggi sebesar 44. Variabel promosi dengan jumlah data (N) sebanyak

64 mempunyai nilai rata-rata sebesar 32,94 dengan nilai terendah sebesar 27 dan nilai tertinggi sebesar 39.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan *kolmogrov-smirnov test*. Distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas jika nilai $p >$ dari 0,1 sebaliknya jika nilai $p <$ 0,1 maka diinterpretasikan sebagai tidak normal.

Tabel IV.12
Hasil Uji Normalitas

		Produk	pelayanan	promosi
N		64	64	64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	34.95	35.09	34.77
	Std. Deviation	4.226	4.443	4.189
	Most Extreme Differences			
	Absolute	.098	.090	.100
	Positive	.054	.060	.066
	Negative	-.098	-.090	-.100
Test Statistic		.098	.090	.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.180 ^c

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas terlihat nilai signifikan produk dan pelayanan sebesar 0,200 dan untuk nilai signifikan promosi sebesar 0,180. Nilai ketiga variabel tersebut lebih besar dari nilai signifikan 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal dengan menggunakan uji analisis parametrik.

3. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Hasil uji linearitas faktor produk, pelayanan dan promosi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.13
Hasil Uji Linearitas Faktor Produk

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan * produk	Between Groups	(Combined) Linearity	230.211	17	13.542	1.316	.226
		Deviation from Linearity	34.704	1	34.704	3.371	.073
			195.507	16	12.219	1.187	.313
Within Groups			473.524	46	10.294		
Total			703.734	63			

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah).

Berdasarkan hasil uji linearitas di atas dapat diketahui bahwa signifikansi pada *linearity* produk adalah sebesar 0,073. Karena signifikansi kurang dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel produk dan keputusan pelajar terdapat hubungan yang linear.

Tabel IV.14
Hasil Uji Linearitas Pelayanan

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan * pelayanan	Between Groups	(Combined) Linearity	234.211	18	13.012	1.247	.268
		Deviation from Linearity	42.486	1	42.406	4.072	.050
			191.725	17	11.278	1.081	.400
Within Groups			469.524	45	10.434		
Total			703.734	63			

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji linearitas di atas dapat diketahui bahwa signifikansi pada *linearity* faktor pelayanan adalah sebesar 0,050. Karena signifikansi kurang dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel pelayanan dan keputusan terdapat hubungan yang linear.

Tabel IV.15
Hasil Uji Linearitas Promosi

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan * promosi	Between Groups	(Combined) Linearity	226.586	16	14.162	1.395	.186
		Deviation from Linearity	32.618	1	32.618	3.213	.079
			193.968	15	12.931	1.274	.256
Within Groups			477.149	47	10.152		
Total			703.734	63			

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah).

Berdasarkan hasil uji linearitas di atas dapat diketahui bahwa signifikansi pada *linearity* promosi adalah sebesar 0,079. Karena signifikansi kurang dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel promosi dan keputusan pelajar terdapat hubungan yang linear.

Data penelitian di atas terdapat hubungan yang linear. Sehingga memenuhi syarat untuk uji regresi linear.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* > 0,1) dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10). Hasil uji multikolinearitas penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV.16
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.950	10.720		.266	.791		
produk	.083	.155	.064	.534	.595	.986	1.014
pelayanan	.242	.091	.321	2.672	.010	.990	1.010
promosi	.670	.329	.246	2.037	.046	.982	1.019

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah).

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.16 dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel produk adalah $0,986 > 0,1$, variabel pelayanan adalah $0,990 > 0,1$, variabel promosi adalah $0,982 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari ketiga variabel di atas lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* > 0,1) sehingga bebas dari multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel produk adalah $1,014 < 10$, variabel pelayanan adalah $1,010 < 10$, variabel promosi adalah $1,019 < 10$. Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinearitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Metode uji heterokedastisitas dilakukan dengan korelasi *spearman's rho*. Jika nilai *unstandardized residual* memiliki nilai signifikansi $> 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

Tabel IV.17
Hasil Uji Heterokedastisitas

			Produk	Pelayanan	promosi	Unstandardized Residual
Spearman's rho	produk	Correlation Coefficient	1.000	-.035	.104**	-.045
		Sig. (2-tailed)	.	.782	.000	.727
		N	64	64	64	64
		<hr/>				
	pelayanan	Correlation Coefficient	-.035	1.000	.415	-.020
		Sig. (2-tailed)	.782	.	.801	.878
		N	64	64	64	64
		<hr/>				
	Promosi	Correlation Coefficient	.104**	-.032	1.000	-.006
		Sig. (2-tailed)	.415	.801	.	.962
		N	64	64	64	64
		<hr/>				
Unstandardized Residual		Correlation Coefficient	-.045	-.020	-.006	1.000
		Sig. (2-tailed)	.727	.878	.962	.
		N	64	64	64	64
		<hr/>				

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah).

Hasil uji heterokedastisitas pada tabel IV.17, di ketahui bahwa nilai variabel produk memiliki nilai signifikansi *unstandardized residual* adalah 0,727, faktor pelayanan adalah 0,878, faktor promosi adalah 0,962. Nilai ketiga

variabel lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan ketiga variabel tersebut tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Sebelum data diuji secara regresi, data harus diubah menjadi data interval. Sehingga harus ditransformasi sebagai syarat analisis parametrik dengan regresi. Teknik transformasi yang digunakan MSI (*Metode of Successive Interval*). Data yang telah ditransformasikan dianalisis dengan uji regresi, berikut tabel hasil uji regresi:

Tabel IV.18
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.271	2.799		.266	.791
produk	.083	.155	.064	.534	.595
pelayanan	.148	.073	.197	2.041	.010
promosi	.266	.042	.613	6.334	.046

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22(data diolah).

Hasil uji analisis regresi linier berganda pada tabel IV.18 dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$K_p = \alpha + b_1P + b_2Pe + b_3Pr$$

$$K_p = 19,271 + 0,083P + 0,148Pe + 0,266Pr$$

- a. Konstanta sebesar 19,271, artinya apabila variabel faktor produk, faktor pelayanan dan faktor promosi, dianggap konstanta atau 0 maka keputusan pelajar nilainya sebesar 19,271 satuan.
- b. Koefisien regresi variabel produk sebesar 0,083, artinya apabila variabel produk ditambah 1 satuan maka keputusan pelajar menjadi nasabah bertambah sebesar 0,083 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel produk dengan keputusan pelajar, semakin naik produk maka semakin meningkat keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan .
- c. Koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,148, artinya apabila variabel pelayanan ditambah 1 satuan maka keputusan pelajar menjadi nasabah bertambah sebesar 0,148 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel pelayanan dengan keputusan pelajar, semakin naik pelayanan maka semakin meningkat keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.
- d. Koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,266, artinya apabila tingkat promosi bertambah 1 satuan maka keputusan pelajar menjadi nasabah bertambah sebesar 0,266 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel promosi dengan keputusan pelajar, semakin naik promosi maka semakin meningkat keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.

6. Uji hipotesis

1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel *independen* (X) terhadap variabel (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Tabel IV.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.658 ^a	.437	.415	2.557

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah, 2017).

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh angka R sebesar 0,658, artinya korelasi antara variabel produk, pelayanan, promosi, terhadap keputusan pelajar sebesar 0,658. Hubungan antara produk, pelayanan, promosi terhadap keputusan pelajar berada pada interpretasi hubungan yang kuat.

Nilai koefisien determinasi yang dapat diperoleh dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,415. Menunjukkan bahwa 41,5% variabel produk, pelayanan, dan promosi memberikan pengaruh terhadap keputusan pelajar sedangkan 58,5% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

2) Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Tabel IV.20
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.271	2.799		.266	.791
produk	.083	.155	.064	.534	.595
pelayanan	.148	.073	.197	2.041	.010
promosi	.266	.042	.613	6.334	.046

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah)

Hasil uji signifikansi Parsial (uji t) bahwa untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$ (0.05) (uji dua sisi) dengan $df = n-k-1$ atau $df = 64-3-1 = 60$. Jadi dapat dilihat pada tabel t pada signifikan 0,05 dengan nilai $t_{tabel} = 1,67065$. Uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada variabel produk memiliki t_{hitung} sebesar 0,534 dan t_{tabel} sebesar 1,67065 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,534 < 1,67065$) maka H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh antara faktor produk dengan keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan. Jadi, faktor produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pelajar untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.

Pada variabel pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 2,041 dan t_{tabel} sebesar 1,67065 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,041 > 1,67065$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor pelayanan mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap keputusan pelajar untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan. Jadi, faktor pelayanan berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.

Pada variabel promosi memiliki t_{hitung} sebesar 6,334 dan t_{tabel} sebesar 1,67065 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.334 > 1,67065$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor promosi mempunyai pengaruh yang signifikan dengan terhadap keputusan pelajar untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan. Jadi, faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.

3) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji F adalah: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel IV.21
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	304.863	3	152.432	23.312	.000 ^b
Residual	398.871	60	6.539		
Total	703.734	63			

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah)

Nilai F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,1$ dengan *regression* (df 1) adalah 3 dan *residual* df 2 (n-k-1) atau 64-3-1 adalah 60 maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,18.

Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) pada tabel IV.21 bahwa nilai F_{hitung} sebesar 23,312 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,18 sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($23,312 > 2,18$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan faktor produk, pelayanan dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelajar untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian diperoleh koefisien determinasi faktor produk, pelayanan, dan promosi mampu mempengaruhi keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0,415 atau 41,5%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 41,5% sedangkan sisanya sebesar 58,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini seperti kredibilitas karyawan, bagi hasil, nilai syariah dan lain lagi.

Dari hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa faktor produk tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pelajar karena $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ ($0,534 < 1,67065$). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Damayanti Maysaroh yang menyatakan bahwa pada faktor produk tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Hasil analisis yang dilakukan bahwa faktor pelayanan berpengaruh terhadap variabel keputusan pelajar menjadi nasabah di bank PT. Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,041 > 1,67065$). Hal ini sejalan dengan teori Philip Kotler mendefenisikan pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Roose Hamidah Febriasti dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pelajar menjadi nasabah.

Hasil penelitian yang dilakukan bahwa faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan pelajar dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,334 > 1,67065$). Menurut Kasmir dalam buku *Manajemen Perbankan*, “Promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli”. Artinya promosi mempengaruhi nasabah dalam mengambil tindakan/ keputusan akan suatu produk yang ditawarkan oleh bank. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hadengganan Sihombing dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pelajar menjadi nasabah.

G. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit dicapai karena dalam melakukan penelitian ini adanya berbagai keterbatasan, namun peneliti berusaha agar keterbatasan ini tidak sampai mengurangi makna dari hasil penelitian yang telah diperoleh.

Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah dalam pengisian angket yang diberikan peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam pengisian angket.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh produk, pelayanan dan promosi terhadap keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada produk dengan taraf signifikansi 10% (0,1) diperoleh t_{hitung} sebesar 0,534 dan t_{tabel} sebesar 1,67065. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara faktor produk dengan keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.
2. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada pelayanan dengan taraf signifikansi 10% (0,1) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,041 dan t_{tabel} sebesar 1,67065. Hal ini menunjukkan bahwa faktor pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan
3. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada promosi dengan taraf signifikansi 10% (0,1) diperoleh t_{hitung} sebesar 6,334 dan t_{tabel} sebesar 1,67065. Hal ini menunjukkan bahwa faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan

B. Saran

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

1. Bagi pihak PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan agar lebih memperhatikan hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan. Jadi, bagi pihak bank supaya bekerja lebih keras dalam mengembangkan produk yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan dengan promosi yang lebih meyakinkan kepada para pelajar yang ada di Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan.
2. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain atau dengan menambah variabel independen yang dapat mempengaruhi keputusan pelajar menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan.
3. Untuk pelajar yang nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Sibuhuan agar lebih mengajak teman-teman atau keluarga memilih Bank syariah dan tidak berpindah ke bank konvensional dan bisa mengajak dan mempromosikan bank syariah kepada kawan-kawan, keluarga serta masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Agus Irianto, *Stastik Konsep Dasar Aplikasi, dan Pengembangannya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2004.
- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011.
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2001.
- Departemen Agama Islam, *Al-qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: CV Penerbit J-Art, 2004.
- Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* , Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Irham Fahmi, *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* “ Diterjemahkan dari *Consumer Behavior*” Oleh Zulkifli Kasip dan Ria Maharani, Jakarta: Indeks, 2004.
- Mahmud Yunus, *Tafsir Quran Karim*, Singapore: Percetakan Pakar, 1979.
- Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhiddin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian: Bidang Sosial-Administran-Pendidikan*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011.
- Masyhuri dan Nur Asnawi, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Press, 2011.

- Moh. Kasiran, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, Malang: UIN Maliki Press, 2010.
- Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Muhammad Isa, S.T., M.M. *Manajemen Pemasaran Bank*, Padangsidempuan: Diktat, 2014.
- Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry, 1998, *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public relations & komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- S. Nasution, *Metode Research*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Sutan Remi Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Triton Prawira Budi, *SPSS 13.0 Terapan Riset Statistic Parametrik*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian- Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait BMUI dan Takaful*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Winardi, *Marketing dan Prilaku Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 1991.

Sumber Lain

Wawancara dengan beberapa pelajar di Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan.

[www. ilmu-marketing.co.cc](http://www.ilmu-marketing.co.cc).

[www. kbbi.web.id/faktor.com](http://www.kbbi.web.id/faktor.com)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Data Pribadi

Nama : SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR
Nim : 13 220 0127
Tempat/Tanggal Lahir : Malaysia, 27 September 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak ke : 1 Dari 10 Bersaudara
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Gg. Sukaramai Belakang Kantor Dinas Kesehatan Daerah
Lingkungan VI Padang Luar Sibuhuan Kecamatan Barumun
Kabupaten Padang Lawas

Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Drs. Irwan Soleh Siregar
Nama Ibu : Nur Asiah Nasution
Alamat : Gg. Sukaramai Belakang Kantor Dinas Kesehatan Daerah
Lingkungan VI Padang Luar Sibuhuan Kecamatan Barumun
Kabupaten Padang Lawas

Riwayat Pendidikan

- Sekolah Kebangsaan Bagan Datoh Perak Darul Ridzuan, Malaysia 2001-2005
- MIN Jln. Bakti Sibuhuan 2006
- Mts NU Pondok Pesantren Syekh Mhd Dahlan Aek Hayuara Sibuhuan 2006-2009
- Mas Nu Pondok Pesantren Syekh Mhd Dahlan Aek Hayuara Sibuhuan 2009-2013
- IAIN Padangsidimpuan 2013-2017



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

Nomor : B-333/In.14/G.5a/PP.009/09 /2017 Padangsidempuan 27 September 2017
Lamp : -
Perihal : **Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu :

1. **Mudzakkir Khotib Siregar, MA**

2. **Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**

di-

Padangsidempuan

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

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

Nama : Sahlah Sumayyah Siregar

NIM : 13 220 0127

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah-3

Judul : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Untuk Menjadi Nasabah di Bank Muamalat KCP Sibuhuan (Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al Mukhlisin).**

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan Skripsi mahasiswa yang dimaksud dan dilakukan penyempurnaan judul bila mana perlu.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Mengetahui:

Rekan

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

Ketua Jurusan

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

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING I

Mudzakkir Khotib Siregar, MA
NIP. 19721121 199903 1 002

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING II

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd



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

Nomor : B-1339 /In.14/G/TL.00/10/2017
Tgl. : -
Isi : Mohon Izin Riset

12 Oktober 2017

Kepada Yang Kami Hormati :
Kepala Pondok Pesantren
Al-Mukhlisin Sibuhuan
Padang Lawas

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan
merangkan bahwa:

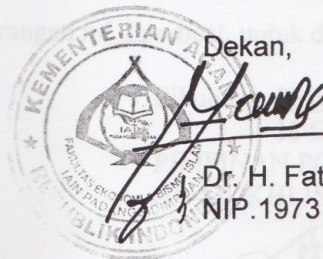
Nama : Sahlah Sumayyah Siregar
NIM : 132200127
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Analisis
Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Menjadi Nasabah di Bank
Kamalat KCP Sibuhuan (Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin
Sibuhuan)**".

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

YAYASAN AL-MUKHLISHIN PADANG LAWAS
PONDOK PESANTREN AL – MUKHLISHIN SIBUHUAN
JL. BHAKTI NO. 78 B LINGKUNGAN II PASAR SIBUHUAN
KEC. BARUMUN KAB. PADANG LAWAS SUMUT 22763
TELP. (0636) 421855

: 590 /B/01/YAMIN/I/1439

Sibuhuan, 13 Oktober 2017

: **Surat Balasan Penelitian**

Kepada Yang Kami Hormati :
Ketua Jurusan Perbankan Syari'ah
IAIN Padangsidimpuan
di -

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah kehadiran Alloh SWT, shalawat dan salam kepada Rosululloh SAW. Semoga Bapak senantiasa berada dibawah lindungan Rahmat dan Taufiq-Nya serta sukses dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Aamien.

Berdasarkan surat Permohonan Penelitian Nomor : B-1330/ln.14/G/TL.00/10/2017 tanggal 12 Oktober 2017, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : H. ACHMAD FAUZAN NST, SQ, S.HI, M.Pd.I
Jabatan : Pimpinan Pondok Pesantren
Unit Kerja : Pondok Pesantren Al-Mukhlishin Sibuhuan

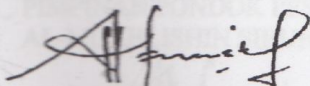
Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR
NIM : 13.220.0127
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syari'ah
Alamat : Lingkungan VI Kelurahan Pasar Sibuhuan
Kec. Barumun Kab. Padang Lawas
Asal Perguruan Tinggi : IAIN Padangsidimpuan

Telah kami setuju mengadakan penelitian di Pondok Pesantren yang Kami Pimpin dengan Judul Skripsi "**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Menjadi Nasabah di Bank Muamalat KCP Sibuhuan (Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlishin Sibuhuan)**" dari tanggal 13 s/d 17 Oktober 2017.

Demikianlah Surat Keterangan ini diperbuat, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Sibuhuan, 23 Muharram 1439 H
13 Oktober 2017 M
PIMPINAN PONDOK PESANTREN,
AL-MUKHLISHIN SIBUHUAN


H. ACHMAD FAUZAN NST, SQ, S.HI, M.Pd.I

YAYASAN AL-MUKHLISHIN PADANG LAWAS
PONDOK PESANTREN AL – MUKHLISHIN SIBUHUAN
JL. BHAKTI NO. 78 B LINGKUNGAN II PASAR SIBUHUAN
KEC. BARUMUN KAB. PADANG LAWAS SUMUT 22763
TELP. (0636) 421855

SURAT KETERANGAN

Nomor : 577 B/01 /YAMIN/II/1439

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : H. ACHMAD FAUZAN NST, SQ, S.HI, M.Pd.I
Jabatan : Pimpinan Pondok Pesantren
Unit Kerja : Pondok Pesantren Al-Mukhlishin Sibuhuan

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR
NIM : 13.220.0127
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syari'ah
Alamat : Lingkungan VI Kelurahan Pasar Sibuhuan Kec. Barumun
Kab. Padang Lawas
Asal Perguruan Tinggi : IAIN Padangsidempuan

Adalah benar telah melakukan Penelitian di Pondok Pesantren Al-Mukhlishin Sibuhuan dengan Judul Skripsi "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Menjadi Nasabah di Bank Muamalat KCP Sibuhuan (Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlishin Sibuhuan)" dari tanggal 13 s/d 17 Oktober 2017.

Demikianlah Surat Keterangan ini diperbuat, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Sibuhuan, 01 S a f a r 1439 H
21 Oktober 2017

PIMPINAN PONDOK PESANTREN,
AL-MUKHLISHIN SIBUHUAN

H. ACHMAD FAUZAN NST, SQ, S.HI, M.Pd.I

Lampiran 1

LEMBAR KUESIONER

Kepada Yth.

Siswa/i

Di Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan

Saya mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner mengenai “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Kcp Sibuhuan(Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan)”. Peneliti sangat mengharapkan kejujuran responden dalam memberikan jawaban sehingga penelitian ini lebih akurat. Atas waktu dan kesediaan Saudara/i dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden

Nama :
Kelas :
Umur :
Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan

II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (\checkmark) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan penilaian Saudara/i.

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

A. Pernyataan Mengenai Variabel Independen (X_1) : Produk

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Produk Bank Muamalat sesuai kebutuhan saya.					
2.	Produk bank muamalat memiliki keistimewaan lebih dibandingkan bank konvensional					
3.	Anda menjadi nasabah di bank syariah karena produk yang terjamin LPS nya.					
4.	Produk yang ada di Bank Muamalat Kcp Sibuhuan terjamin					

5.	Setoran awal tabungan paling kecil minimal sebesar Rp10.000,-					
6.	Produk Bank Muamalat banyak pilihannya.					

B. Pernyataan Mengenai Variabel Dependen (X₂) : Pelayanan

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	ST S
1.	Karyawan Bank Muamalat Kcp Sibuhuan memiliki pengetahuan dalam memberikan informasi tentang produk					
2.	Karyawan Bank Muamalat Kcp Sibuhuan meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan nasabah					
3.	Bank Muamalat Kcp Sibuhuan melayani nasabah yang tepat sesuai prosedur					
4.	Karyawan Bank Muamlat Kcp Sibuhuan kesulitan menyelesaikan permasalahan nasabah					
5.	Karyawan Bank Muamalat Kcp Sibuhuan dapat dipercaya					
6.	Karyawan Bank Muamalat Kcp Sibuhuan sabar dalam melayani nasabah					
7.	Bank Muamalat Kcp Sibuhuan memberikan pemahaman secara personal kepada nasabah					
8.	Karyawan bank Muamalat Kcp Sibuhuan memberikan perhatian kepada nasabah					
9.	Penampilan Karyawan Bank Muamalat Kcp Sibuhuan rapi					

C. Pernyataan Mengenai Variabel Dependen (X₃) : Promosi

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	ST S
1.	Iklan Bank Muamalat Kcp Sibuhuan menarik perhatian					
2.	Kata-kata yang disampaikan oleh karyawan ketika promosi kurang jelas					
3.	Saya menggunakan produk Bank Muamalat Kcp Sibuhuan karena melihat promosi penjualannya					
4.	Saya menggunakan produk Bank Muamalat Kcp Sibuhuan karena teman-teman menggunakan					

5	Promosi penjualan yang dilakukan Bank Muamalat Kcp Sibuhuan membuat saya enggan menggunakannya					
6	Promosi yang dilakukan oleh karyawan Bank Muamalat Kcp Sibuhuan dilakukan secara penjualan pribadi					

D. Pernyataan Mengenai Variabel Dependen (Y) : Keputusan Menjadi Nasabah

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memilih Bank Muamalat Kcp Sibuhuan karena sesuai kebutuhan.					
2.	Saya menyarankan kepada teman untuk menggunakan produk Bank Muamalat.					
3.	Saya menjadi nasabah di Bank Muamalat Kcp Sibuhuan karena jaminan yang diberikan dari Bank Muamalat Kcp Sibuhuan.					
4.	Produk Bank Muamalat Kcp Sibuhuan memberikan keuntungan dibandingkan dengan bank lainnya.					
5.	Saya rugi menggunakan produk Bank Muamalat Kcp Sibuhuan.					
6.	Saya senang bisa menjadi nasabah di Bank Muamalat Kcp Sibuhuan.					
7.	Dana simpanan di BMI Kcp Sibuhuan aman.					
8.	Saya merasa puas terhadap produk di BMI Kcp Sibuhuan.					

Lampiran 2

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : HAMNI FADILAH, M.Pd

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket Produk untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelajar Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Kcp Sibuhuan (Studi Kasus Yayasan Pondok Pesantren Al-Mukhlisin Sibuhuan)

Yang disusun oleh:

Nama : SAHLAH SUMAYYAH SIREGAR

Nim : 13 220 0127

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah-3

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Produk, Pelayanan dan Promosi yang baik.

Padangsidempuan,

2017

HAMNI FADILAH, M.Pd

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET PRODUK**

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya bapak/ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

INDIKATOR	No. SOAL	V	VR	TV
Produk sesuai kebutuhan	1,2			
Produk terjamin keamanannya	3,4			
Produk yang menarik dan beragam	5,6			

LEMBAR VALIDASI

PELAYANAN

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

INDIKATOR	No. SOAL	V	VR	TV
<i>Responsive</i> (daya tanggap)	1,2			
<i>Reliability</i> (kehandalan)	3,4			
<i>Assurance</i> (jaminan)	5,6			
<i>Emphaty</i> (perhatian)	7,8			
<i>Tangibles</i> (kemampuan fisik)	9			

LEMBAR VALIDASI

PROMOSI

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

INDIKATOR	No. SOAL	V	VR	TV
Periklanan	1, 2			
Promosi penjualan	3,5			
Publisitas	4			
Penjualan pribadi	6			

LEMBAR VALIDASI
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

INDIKATOR	No. SOAL	V	VR	TV
Pengenalan Masalah/Kebutuhan	1			
Pencarian Informasi	2			
Evaluasi Alternatif	3			
Keputusan Pembelian	4			
Perilaku Pasca Pembelian	5,6,7,8			

Padangsidempuan,

2017

HAMNI FADILAH, M.Pd

Lampiran 3

Hasil Tanggapan Untuk Uji Validasi Angket Faktor Produk

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

36	4	4	4	4	5	5	26
37	4	5	4	5	4	4	26
38	5	3	4	4	5	5	26
39	5	5	4	4	5	4	27
40	5	4	5	3	5	5	27
41	4	3	4	4	4	4	23
42	5	4	4	4	5	5	27
43	4	4	5	4	4	5	26
44	4	4	3	2	5	4	22
45	5	4	3	2	3	4	21
46	4	3	4	4	5	3	23
47	5	4	5	5	5	4	28
48	4	4	5	5	5	4	27
49	4	4	4	4	5	4	25
50	5	4	4	5	5	5	28
51	4	3	3	4	4	4	22
52	5	4	3	4	4	4	24
53	4	5	3	4	5	4	25
54	5	5	4	4	5	5	28
55	5	3	4	3	4	4	23
56	5	4	4	5	5	5	28
57	5	4	4	4	4	5	26
58	4	5	3	4	5	3	24
59	4	5	3	4	5	3	24
60	5	4	3	4	5	4	25
61	4	5	5	5	4	4	27
62	5	4	3	4	4	4	24
63	5	4	4	4	5	3	25
64	5	4	4	4	5	5	27

Hasil Tanggapan Responden Untuk Uji Validasi Angket Faktor Pelayanan

NO.	X2 PELAYANAN									TOTAL
1	4	4	4	4	3	4	4	4	5	36
2	4	4	5	5	5	4	4	4	5	30
3	4	5	5	4	4	2	4	4	5	37
4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	36
5	4	4	4	3	4	3	3	5	5	35
6	5	5	5	3	5	5	5	5	5	43
7	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
8	4	4	3	4	4	2	4	2	5	32
9	4	4	3	4	4	3	4	2	5	31
10	3	4	4	2	2	3	4	4	5	31
11	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39
12	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38
13	4	5	4	4	4	3	3	4	4	35
14	4	5	4	4	4	5	4	4	5	39
15	3	4	3	3	3	3	4	4	4	31
16	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
17	4	5	4	3	3	4	4	4	5	36
18	4	4	3	4	4	3	3	3	4	32
19	4	3	4	5	5	4	4	4	4	37
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21	5	5	5	2	3	3	2	3	1	29
22	4	4	2	4	4	4	4	4	4	34
23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
24	4	5	5	4	4	4	5	5	5	41
25	2	3	4	1	1	3	4	3	3	24
26	4	4	4	5	5	3	4	4	5	38
27	5	4	5	5	5	5	4	5	4	42
28	3	3	3	4	3	4	5	3	5	33
29	4	4	3	5	3	4	1	2	2	28
30	3	3	2	3	3	4	5	3	5	31
31	4	4	5	3	5	5	4	5	4	39
32	4	4	3	3	5	4	4	3	4	34
33	3	5	4	5	5	5	4	4	5	40
34	3	4	1	2	4	1	4	4	4	27
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
36	3	4	4	5	5	5	4	4	5	39
37	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38
38	4	4	5	3	3	4	4	4	4	35
39	3	4	4	4	4	4	3	4	4	34

13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	4	4	4	5	27
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	4	4	5	5	4	27
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	3	5	5	5	28
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	5	5	5	5	5	29
23	5	5	4	4	4	5	27
24	5	5	5	5	5	5	30
25	4	5	5	5	5	4	28
26	5	5	5	5	5	5	30
27	4	3	5	5	5	5	27
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	5	3	5	5	5	27
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	4	5	5	5	5	28
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	3	5	5	5	5	27
34	4	5	5	5	5	5	29
35	4	4	5	5	5	5	28
36	5	5	5	5	3	5	28
37	5	5	5	5	5	5	30
38	4	4	5	5	5	5	28
39	5	5	5	5	5	5	30
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	3	5	5	5	5	28
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	5	5	5	3	5	28
45	5	5	5	5	5	5	30
46	3	4	5	5	5	5	27
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	3	5	28
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	5	4	4	4	4	26
53	5	5	5	5	5	5	30

54	4	4	5	5	5	5	28
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	4	5	5	5	5	28
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	5	4	4	28
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	3	5	5	5	5	28
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	5	5	5	30

Hasil Tanggapan Responden Untuk Uji Validasi Angket Keputusan Menjadi Nasabah

NO	Y (KEPUTUSAN)								TOTAL
1	5	4	4	3	4	4	4	5	33
2	4	5	4	3	4	4	4	4	32
3	4	1	3	1	4	2	4	4	23
4	4	5	4	3	4	4	4	4	32
5	5	4	4	3	4	4	4	3	31
6	5	4	5	5	4	4	5	4	36
7	5	4	4	4	5	4	5	5	36
8	5	3	4	4	4	5	5	4	34
9	5	3	4	4	4	5	5	4	34
10	4	3	4	3	4	4	5	4	31
11	4	2	4	3	4	5	5	5	32
12	4	4	5	5	4	5	5	5	37
13	4	5	4	3	4	4	4	5	33
14	3	3	4	4	4	5	5	5	33
15	4	4	5	5	4	5	5	5	37
16	4	4	3	3	4	4	4	4	30
17	4	4	3	3	4	4	5	4	31
18	3	4	3	4	4	4	4	4	30
19	5	4	3	4	4	5	5	5	35
20	4	4	4	3	4	4	4	4	31
21	5	4	2	3	5	5	5	5	34
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	5	4	3	4	4	5	5	5	35
24	4	5	4	3	4	5	5	4	34
25	5	4	3	4	4	5	5	5	35
26	4	3	3	3	4	4	3	3	27

Lampiran 4

TRANSFORMASI DATA ORDINAL KE DATA INTERVAL VARIABEL PRODUK

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban				Total Frekuensi
	2	3	4	5	
1	0	6	26	32	64
2	3	12	31	17	64
3	1	16	34	13	64
4	4	6	36	18	64
5	0	2	18	44	64
6	2	9	28	25	64
Frekuensi	10	51	173	149	384
Proporsi	0.026042	0.132813	0.450521	0.388021	
Proporsi Kumulatif	0.026042	0.158854	0.583333	0.838542	
Zi	-1.94244	-0.99918	0.210428	0.988482	
Densitas	0.060478	0.24217	0.390207	0.244758	
Scale Value	-2.32233	-1.36803	-0.34875	0.569923	
Transformasi	0.999998	1.954297	2.97358	3.892253	

TRANSFORMASI DATA ORDINAL KE DATA INTERVAL VARIABEL PRODUK

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Frekuensi
	1	2	3	4	5	
1	1	1	11	38	13	64
2	0	0	9	40	15	64
3	1	4	19	29	11	64
4	1	4	21	29	9	64
5	2	2	19	23	18	64
6	2	2	14	29	17	64
7	3	2	9	39	11	64
8	1	4	9	35	15	64
9	3	1	3	27	30	64
Frekuensi	14	20	114	289	139	576
Proporsi	0.024306	0.034722	0.197917	0.501736	0.241319	
Proporsi Kumulatif	0.024306	0.059028	0.232639	0.699653	0.940972	
Zi	-1.97198	-1.56299	-0.73018	0.523402	1.562987	
Densitas	0.057081	0.117607	0.305586	0.347875	0.117607	
Scale Value	-2.34842	-1.74319	-1.08276	-0.09055	0.9542	
Transformasi	1	1.605229	2.265661	3.25787	4.3024	

TRANSFORMASI DATA ORDINAL KE DATA INTERVAL VARIABEL PRODUK

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban			Total
	3	4	5	Frekuensi
1	1	14	49	64
2	4	9	51	64
3	2	5	57	64
4	0	4	60	64
5	3	5	56	64
6	0	5	59	64
Frekuensi	10	42	332	384
Proporsi	0.026042	0.109375	0.864583	
Proporsi Kumulatif	0.026042	0.135417	0.973958	
Zi	-1.94244	-1.10115	1.942444	
Densitas	0.060478	0.217578	0.060478	
Scale Value	-2.32233	-1.43634	0.187349	
Transformasi	0.900968	1.885987	3.509679	

TRANSFORMASI DATA ORDINAL KE DATA INTERVAL VARIABEL PRODUK

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total
	1	2	3	4	5	Frekuensi
1	0	0	4	38	22	64
2	1	1	16	31	15	64
3	0	1	11	40	12	64
4	1	0	20	31	12	64
5	0	0	7	52	5	64
6	0	1	2	38	23	64
7	0	0	4	28	32	64
8	0	0	12	29	23	64
Frekuensi	2	3	76	287	144	512
Proporsi	0.00390625	0.005859	0.148438	0.560547	0.28125	
Proporsi Kumulatif	0.003906	0.009766	0.154297	0.708984	0.841797	
Zi	-2.660089025	-2.33523	-1.01818	0.55042	1.00187	
Densitas	0.011597388	0.026106	0.237573	0.342865	0.241518	
Scale Value	-2.969121459	-2.47601	-1.46312	-0.18982	0.763079	
Transformasi	1	1.493113	2.505999	3.7793	4.7322	

Lampiran 5

Hasil transformasi data interval**DATA MENTAH HASIL KUISIONER VARIABEL X1****PRODUK**

Responden	Butir Pernyataan Produk						TOTAL SKOR
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5 3.89	1.95	2.97	2.97	2.97	2.97	13.83
2	3 1.95	1	2.97	2.97	3.89	1.95	12.78
3	2.97	1.95	3.89	2.97	2.97	1	15.75
4	2.97	1.95	2.97	2.97	3.89	2.97	17.72
5	3.89	3.89	3.89	3.89	3.89	3.89	23.34
6	2.97	1.95	2.97	2.97	2.97	2.97	16.8
7	1.95	2.97	1.95	1.95	2.97	2.97	14.76
8	3.89	3.89	2.97	3.89	3.89	2.97	21.5
9	2.97	3.89	2.97	1.95	3.89	2.97	18.64
10	3.89	2.97	3.89	3.89	3.89	3.89	22.42
11	3.89	3.89	3.89	3.89	3.89	3.89	23.34
12	2.97	1.95	2.97	2.97	3.89	2.97	17.72
13	3.89	2.97	2.97	2.97	3.89	2.97	19.66
14	2.97	2.97	3.89	2.97	3.89	3.89	20.58
15	3.89	3.89	3.89	3.89	3.89	3.89	23.34
16	2.97	3.89	2.97	1.95	3.89	1	16.67
17	3.89	3.89	2.97	3.89	3.89	3.89	22.42
18	1.95	2.97	1.95	2.97	2.97	1.95	14.76
19	3.89	3.89	2.97	2.97	3.89	2.97	20.58
20	2.97	1.95	1	1	3.89	2.97	13.78
21	3.89	3.89	3.89	3.89	3.89	3.89	23.34
22	3.89	2.97	2.97	3.89	3.89	3.89	21.5
23	1.95	2.97	1.95	2.97	2.97	2.97	15.78
24	3.89	2.97	1.95	2.97	3.89	3.89	19.56
25	3.89	2.97	5	2.97	3.89	3.89	22.61
26	2.97	3.89	1.95	1.95	3.89	3.89	18.54
27	3.89	2.97	1.95	3.89	3.89	3.89	20.48
28	2.97	2.97	2.97	3.89	3.89	3.89	20.58
29	1.95	2.97	2.97	3.89	3.89	1.95	17.62
30	2.97	1	2.97	3.89	2.97	1.95	15.75

31	3.89	2.97	1.95	1	1.95	3.89	15.65
32	2.97	2.97	2.97	2.97	2.97	2.97	17.82
33	1.95	1	2.97	2.97	3.89	1.95	14.73
34	3.89	1.95	2.97	2.97	2.97	2.97	17.72
35	2.97	2.97	2.97	2.97	3.89	3.89	19.66
36	2.97	2.97	2.97	2.97	3.89	3.89	19.66
37	2.97	3.89	2.97	3.89	2.97	2.97	19.66
38	3.89	1.95	2.97	2.97	3.89	3.89	19.56
39	3.89	3.89	2.97	2.97	3.89	2.97	20.58
40	3.89	2.97	3.89	1.95	3.89	3.89	20.48
41	2.97	1.95	2.97	2.97	2.97	2.97	16.8
42	3.89	2.97	2.97	2.97	3.89	3.89	20.58
43	2.97	2.97	3.89	2.97	2.97	3.89	19.66
44	2.97	2.97	1.95	1	3.89	2.97	15.75
45	3.89	2.97	1.95	1	1.95	2.97	12.78
46	2.97	1.95	2.97	2.97	3.89	1.95	16.7
47	3.89	2.97	3.89	3.89	3.89	2.97	21.5
48	2.97	2.97	3.89	3.89	3.89	2.97	20.58
49	2.97	2.97	2.97	2.97	3.89	2.97	18.74
50	3.89	2.97	2.97	3.89	3.89	3.89	21.5
51	2.97	1.95	1.95	2.97	2.97	2.97	15.78
52	3.89	2.97	1.95	2.97	2.97	2.97	17.72
53	2.97	3.89	1.95	2.97	3.89	2.97	18.64
54	3.89	3.89	2.97	2.97	3.89	3.89	21.5
55	3.89	1.95	2.97	1.95	2.97	2.97	16.7
56	3.89	2.97	2.97	3.89	3.89	3.89	21.5
57	3.89	2.97	2.97	2.97	2.97	3.89	19.66
58	2.97	3.89	1.95	2.97	3.89	1.95	17.62
59	2.97	3.89	1.95	2.97	3.89	1.95	17.62
60	3.89	2.97	1.95	2.97	3.89	2.97	18.64
61	2.97	3.89	3.89	3.89	2.97	2.97	20.58
62	3.89	2.97	1.95	2.97	2.97	2.97	17.72
63	3.89	2.97	2.97	2.97	3.89	1.95	18.64
64	3.89	2.97	2.97	2.97	3.89	3.89	20.58
TOTAL	204.59	187.57	182.91	192.64	228.52	199.965	1199.16

DATA MENTAH HASIL KUISIONER VARIABEL X2**PELAYANAN**

Responden	Butir Pertanyaan Pelayanan									TOTAL SKOR
	PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE6	PE7	PE8	PE9	
1	3.25	3.25	3.25	3.25	2.26	3.25	3.25	3.25	4.30	29.31
2	3.25	3.25	4.30	4.30	4.30	3.25	3.25	3.25	4.30	33.45
3	3.25	4.30	4.30	3.25	3.25	1.60	3.25	3.25	4.30	30.75
4	3.25	3.25	2.26	3.25	2.26	3.25	4.30	3.25	4.30	29.37
5	3.25	3.25	3.25	2.26	3.25	2.26	2.26	4.30	4.30	28.38
6	4.30	4.30	4.30	2.26	4.30	4.30	4.30	4.30	4.30	36.66
7	3.25	4.30	4.30	4.30	4.30	4.30	4.30	4.30	4.30	37.65
8	3.25	3.25	2.26	3.25	3.25	1.60	3.25	1.60	4.30	26.01
9	3.25	3.25	2.26	3.25	3.25	2.26	3.25	1.60	4.30	26.67
10	2.26	3.25	3.25	1.60	1.60	2.26	3.25	3.25	4.30	25.02
11	3.25	4.30	3.25	3.25	4.30	3.25	3.25	4.30	4.30	33.45
12	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	4.30	3.25	4.30	31.35
13	3.25	4.30	3.25	3.25	3.25	2.26	2.26	3.25	3.25	28.32
14	3.25	4.30	3.25	3.25	3.25	4.30	3.25	3.25	4.30	32.4
15	2.26	3.25	2.26	2.26	2.26	2.26	3.25	3.25	3.25	24.3
16	3.25	3.25	3.25	2.26	2.26	3.25	3.25	3.25	3.25	27.27
17	3.25	4.30	3.25	2.26	2.26	3.25	3.25	3.25	4.30	29.37
18	3.25	3.25	2.26	3.25	3.25	2.26	2.26	2.26	3.25	25.29
19	3.25	2.26	3.25	4.30	4.30	3.25	3.25	3.25	3.25	30.36
20	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	29.25
21	4.30	4.30	4.30	1.60	2.26	2.26	1.60	2.26	1	23.88
22	3.25	3.25	1.60	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	27.6
23	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	2.26	3.25	3.25	3.25	28.26
24	3.25	4.30	4.30	3.25	3.25	3.25	4.30	4.30	4.30	34.5
25	1.6	2.26	3.35	1	1	2.26	3.25	2.26	2.26	19.24
26	3.25	3.25	3.25	4.30	4.30	2.26	3.25	3.25	4.30	31.41
27	4.30	3.25	4.30	4.30	4.30	4.30	3.25	4.30	3.25	35.55
28	2.26	2.26	2.26	3.25	2.26	3.25	4.30	2.26	4.30	26.4
29	3.25	3.25	2.26	4.30	2.26	3.25	1	1.60	1.60	22.77
30	2.26	2.26	1.60	2.26	2.26	3.25	4.30	2.26	4.30	24.75
31	3.25	3.25	4.30	2.26	4.30	4.30	3.25	4.30	3.25	32.46

32	3.25	3.25	2.26	2.26	4.30	3.25	3.25	2.26	3.25	27.33
33	2.26	4.30	3.25	4.30	4.30	4.30	3.25	3.25	4.30	33.51
34	2.26	3.25	1	1.60	3.25	1	3.25	3.25	3.25	22.11
35	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	29.25
36	2.26	3.25	3.25	4.30	4.30	4.30	3.25	3.25	4.30	32.46
37	3.25	3.25	4.30	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	4.30	31.35
38	3.25	3.25	4.30	2.26	2.26	3.25	3.25	3.25	3.25	28.32
39	2.26	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	2.26	3.25	3.25	27.27
40	3.25	3.25	3.25	2.26	4.30	4.30	3.25	4.30	3.25	31.41
41	3.25	3.25	3.25	2.26	3.25	3.25	3.25	3.25	4.30	29.31
42	3.25	3.25	3.25	2.26	2.26	3.25	3.25	4.30	4.30	29.37
43	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	4.30	30.3
44	3.25	3.25	3.25	2.26	2.26	3.25	3.25	4.30	4.30	29.37
45	1	4.30	1.60	3.25	4.30	1	1	3.25	4.30	24
46	4.30	3.25	1.60	1.60	2.26	4.30	2.26	1	3.25	23.82
47	3.25	3.25	4.30	3.25	3.25	2.26	3.25	3.25	3.25	29.31
48	4.30	3.25	4.30	3.25	4.30	4.30	3.25	3.25	3.25	33.45
49	4.30	3.25	3.25	2.26	3.25	4.30	4.30	3.25	4.30	32.46
50	2.26	2.26	2.26	3.25	2.26	2.26	2.26	2.26	2.26	21.33
51	3.25	3.25	3.25	2.26	3.25	3.25	3.25	3.25	3.25	28.26
52	4.30	4.30	4.30	3.25	4.30	4.30	4.30	4.30	4.30	37.65
53	4.30	4.30	3.25	3.25	4.30	3.25	1.60	2.26	1	27.51
54	4.30	3.25	4.30	2.26	2.26	4.30	1	4.30	1	26.97
55	2.26	2.26	3.25	2.26	3.25	4.30	2.26	3.25	2.26	25.35
56	4.30	4.30	4.30	3.25	4.30	4.30	4.30	4.30	3.25	36.6
57	3.25	2.26	3.25	2.26	1.60	2.26	3.25	1.60	4.30	24.03
58	2.26	3.25	4.30	2.26	2.26	3.25	2.26	2.26	3.25	25.35
59	4.30	4.30	4.30	4.30	1	4.30	4.30	4.30	4.30	35.40
60	3.25	3.25	2.26	2.26	2.26	2.26	3.25	4.30	4.30	27.39
61	3.25	2.26	3.25	3.25	3.25	3.25	2.26	3.25	3.25	27.27
62	3.25	2.26	3.25	3.25	2.26	3.25	3.25	3.25	3.25	27.27
63	4.30	3.25	4.30	2.26	4.30	3.25	3.25	3.25	3.25	31.41
64	4.30	3.25	3.25	3.25	2.26	4.30	3.25	3.25	3.25	30.36
TOTAL	206.86	214.84	208.25	187.81	200.29	204.19	200.59	205.99	229.18	1858

44	3.50	3.50	3.50	3.50	0.90	3.50	18.40
45	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
46	0.90	1.88	3.50	3.50	3.50	3.50	16.78
47	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
48	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
49	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
50	3.50	3.50	3.50	3.50	0.90	3.50	18.40
51	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
52	3.50	3.50	1.88	1.88	1.88	1.88	14.52
53	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
54	1.88	1.88	3.50	3.50	3.50	3.50	17.76
55	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
56	1.88	1.88	3.50	3.50	3.50	3.50	17.76
57	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
58	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
59	3.50	3.50	3.50	3.50	1.88	1.88	17.76
60	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
61	3.50	0.90	3.50	3.50	3.50	3.50	18.40
62	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
63	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
64	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	21.00
TOTAL	198.72	200.64	212.80	217.52	208.10	218.02	1,255.80

DATA MENTAH HASIL KUISIONER VARIABEL Y
KEPUTUSAN

Responden	Butir Pertanyaan Keputusan								TOTAL
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	SKOR
1	4.73	3.77	4.73	2.50	3.77	3.77	3.77	4.73	31.77
2	3.77	4.73	4.73	2.50	3.77	3.77	3.77	3.77	30.81
3	3.77	1	2.50	1	3.77	1.49	3.77	3.77	21.07
4	3.77	4.73	3.77	2.50	3.77	3.77	3.77	3.77	29.85
5	4.73	3.77	3.77	2.50	3.77	3.77	3.77	2.50	28.58
6	4.73	3.77	4.73	4.73	3.77	3.77	4.73	3.77	34
7	4.73	3.77	3.77	3.77	4.73	3.77	4.73	4.73	34
8	4.73	2.50	3.77	3.77	3.77	4.73	4.73	3.77	31.77
9	4.73	2.50	3.77	3.77	3.77	4.73	4.73	3.77	31.77
10	3.77	2.50	3.77	2.50	3.77	3.77	4.73	3.77	28.58
11	3.77	1.49	3.77	2.50	3.77	4.73	4.73	4.73	29.49
12	3.77	3.77	4.73	4.73	3.77	4.73	4.73	4.73	34.96
13	3.77	4.73	3.77	2.50	3.77	3.77	3.77	4.73	30.81
14	2.50	2.50	3.77	3.77	3.77	4.73	4.73	4.73	30.5
15	3.77	3.77	4.73	4.73	3.77	4.73	4.73	4.73	34.96
16	3.77	3.77	2.50	2.50	3.77	3.77	3.77	3.77	27.62
17	3.77	3.77	2.50	2.50	3.77	3.77	4.73	3.77	28.58
18	2.50	3.77	2.50	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	27.62
19	4.73	3.77	2.50	3.77	3.77	4.73	4.73	4.73	32.73
20	3.77	3.77	3.77	2.50	3.77	3.77	3.77	3.77	28.89
21	4.73	3.77	1.49		4.73	4.73	4.73	4.73	31.41

		2.50						2.50	
46	4.73	3.77	3.77	4.73	3.77	3.77	3.77	3.77	32.08
47	3.77	2.50	3.77	3.77	2.50	3.77	3.77	2.50	26.35
48	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	30.16
49	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	30.16
50	3.77	4.73	4.73	3.77	3.77	3.77	4.73	3.77	33.04
51	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	30.16
52	3.77	4.73	3.77	3.77	4.73	3.77	4.73	3.77	33.04
53	3.77	4.73	3.77	3.77	3.77	4.73	4.73	3.77	33.04
54	3.77	3.77	3.77	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	23.81
55	4.73	3.77	3.77	2.50	3.77	3.77	4.73	3.77	30.81
56	4.73	4.73	4.73	3.77	3.77	4.73	4.73	4.73	35.92
57	3.77	2.50	3.77	3.77	2.50	3.77	3.77	3.77	27.62
58	2.50	2.50	2.50	2.50	3.77	3.77	3.77	4.73	26.04
59	4.73	4.73	4.73	4.73	3.77	4.73	4.73	4.73	36.88
60	3.77	4.73	4.73	3.77	3.77	4.73	4.73	3.77	34
61	4.73	4.73	4.73	4.73	3.77	4.73	4.73	4.73	36.88
62	2.50	2.50	2.50	2.50	3.77	3.77	3.77	2.50	23.81
63	3.77	2.50	4.73	3.77	3.77	4.73	4.73	3.77	31.77
64	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	3.77	30.16
TOTAL	256.36	230.31	238.47	224.63	237.19	258.54	266.92	248.12	1960.54

Lampiran 6

HASIL UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS ANGKET PRODUK

		p_1	p_2	p_3	p_4	p_5	p_6	total
p_1	Pearson Correlation	1	.281 [*]	.202	.132	.069	.498 ^{**}	.611 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.025	.110	.297	.590	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
p_2	Pearson Correlation	.281 [*]	1	.080	.150	.208	.283 [*]	.582 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.025		.530	.236	.099	.023	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
p_3	Pearson Correlation	.202	.080	1	.509 ^{**}	.262 [*]	.153	.610 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.110	.530		.000	.037	.228	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
p_4	Pearson Correlation	.132	.150	.509 ^{**}	1	.310 [*]	.149	.637 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.297	.236	.000		.013	.240	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
p_5	Pearson Correlation	.069	.208	.262 [*]	.310 [*]	1	.056	.472 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.590	.099	.037	.013		.659	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
p_6	Pearson Correlation	.498 ^{**}	.283 [*]	.153	.149	.056	1	.637 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.023	.228	.240	.659		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
total	Pearson Correlation	.611 ^{**}	.582 ^{**}	.610 ^{**}	.637 ^{**}	.472 ^{**}	.637 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	6

Pe_7	Pearson Correlation	.169	.001	.160	.081	.037	.271*	1	.298*	.669**	.564**
	Sig. (2-tailed)	.181	.994	.206	.523	.771	.030		.017	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Pe_8	Pearson Correlation	.160	.340**	.469**	.151	.278*	.296*	.298*	1	.208	.641**
	Sig. (2-tailed)	.207	.006	.000	.233	.026	.018	.017		.099	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Pe_9	Pearson Correlation	-.175	.067	-.058	.203	.078	-.039	.669**	.208	1	.405**
	Sig. (2-tailed)	.166	.601	.651	.108	.538	.761	.000	.099		.001
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
total	Pearson Correlation	.515**	.489**	.567**	.461**	.475**	.566**	.564**	.641**	.405**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.702	9

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ANGGKET PROMOSI

		Pr_1	Pr_2	Pr_3	Pr_4	Pr_5	Pr_6	total
Pr_1	Pearson Correlation	1	-.055	.108	.255 [*]	.046	.169	.382 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.664	.395	.042	.716	.183	.002
	N	64	64	64	64	64	64	64
Pr_2	Pearson Correlation	-.055	1	.225	.339 ^{**}	.405 ^{**}	.330 ^{**}	.587 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.664		.073	.006	.001	.008	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Pr_3	Pearson Correlation	.108	.225	1	.268 [*]	.335 ^{**}	.305 [*]	.602 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.395	.073		.032	.007	.014	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Pr_4	Pearson Correlation	.255 [*]	.339 ^{**}	.268 [*]	1	.158	.399 ^{**}	.664 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.042	.006	.032		.211	.001	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Pr_5	Pearson Correlation	.046	.405 ^{**}	.335 ^{**}	.158	1	.411 ^{**}	.653 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.716	.001	.007	.211		.001	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Pr_6	Pearson Correlation	.169	.330 ^{**}	.305 [*]	.399 ^{**}	.411 ^{**}	1	.752 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.183	.008	.014	.001	.001		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64
total	Pearson Correlation	.382 ^{**}	.587 ^{**}	.602 ^{**}	.664 ^{**}	.653 ^{**}	.752 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.673	6

Kp_8	Pearson Correlation	.300*	.370**	.106	.247*	.420**	.530**	.613**	1	.705**
	Sig. (2-tailed)	.016	.003	.404	.049	.001	.000	.000		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Total	Pearson Correlation	.565**	.670**	.536**	.666**	.422**	.723**	.750**	.705**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	8

Dokumentasi Responden

