



**PENGARUH FAKTOR LOKASI DAN PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA  
PT. BPRS OLOAN UMMAH SIDEMPUAN**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**HANDAYANI  
NIM. 11 220 0057**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2015**



**PENGARUH FAKTOR LOKASI DAN PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA  
PT. BPRS OLOAN UMMAH SIDEMPUNAN**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**HANDAYANI  
NIM. 11 220 0057**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**PEMBIMBING I**

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

**PEMBIMBING II**

**Muhammad Isa, ST., MM  
NIP.19800605 201101 1 003**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUNAN  
2015**



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

Hal : Skripsi

An. **HANDAYANI**

Lampiran : 7 (tujuh) Eksemplar

Padangsidempuan, 24 Agustus 2015  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidempuan  
di\_ \_\_\_\_\_  
Padangsidempuan

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. **HANDAYANI** yang berjudul: **“PENGARUH FAKTOR LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BPRS OLOAN UMMAH SIDEMPUAN”**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) dalam Ilmu Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan.

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

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

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Pembimbing I

**Ikhtwanuddin Harahap, M. Ag**  
NIP.19750103 200212 1 001

Pembimbing II

**Muhammad Isa, ST., MM**  
NIP.19800605 201101 1 003

### SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HANDAYANI  
NIM : 11.220.0057  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Pengaruh Faktor Lokasi dan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan**

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 IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 19 Juni 2015

Saya yang menyatakan



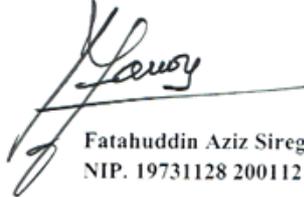
**HANDAYANI**

**NIM: 11 220 0057**

**DEWAN PENGUJI  
UJIAN MUNAQASYAH SARJANA**

**NAMA** : HANDAYANI  
**NIM** : 11 220 0057  
**JUDUL SKRIPSI** : PENGARUH FAKTOR LOKASI DAN PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BPRS  
OLOAN UMMAH SIDEMPUNAN

**Ketua**



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

**Sekretaris**



Rosnani Siregar, M.Ag  
NIP. 197940626 200312 2 001

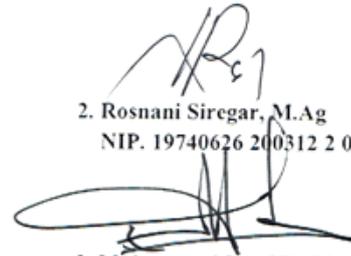
**Anggota**



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



3. Mudzakkir Khotib Siregar, M.A  
NIP. 19721121 199903 1 002



2. Rosnani Siregar, M.Ag  
NIP. 19740626 200312 2 001



3. Muhammad Isa, ST., M.M  
NIP. 19800605 201101 1 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah  
Di : Padangsidempuan  
Tanggal : 08 Juli 2015  
Pukul : 14.00 s/d selesai  
Hasil/Nilai : 81/A  
Predikat : CUMLAUDE  
IPK : 3,71



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

---

**PENGESAHAN**

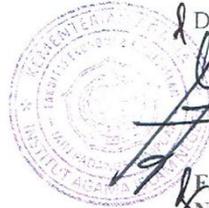
**TITUL SKRIPSI: PENGARUH FAKTOR LOKASI DAN PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BPRS OLOAN  
UMMAH SIDEMPUAN**

**NAMA : HANDAYANI  
NIM : 11 220 0057**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi Islam (SEI)**  
dalam bidang ilmu Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 31 Agustus 2015

Dekan,



*Eatahuddin Aziz Siregar*  
Eatahuddin Aziz Siregar, M.Ag }  
NIP. 19731128 200112 1 001 }

## ABSTRAK

Nama : Handayani  
Nim : 11 220 0057  
Judul : Pengaruh Faktor Lokasi dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan

PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan memiliki lokasi dan pelayanan yang baik. Akan tetapi, ada beberapa nasabah yang tidak aktif lagi atau jarang sekali melakukan transaksi. Oleh karena itu, PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan perlu meningkatkan atau mempertahankan loyalitas nasabahnya agar nasabahnya tidak berpindah ke lembaga keuangan lain. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah faktor lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan ilmu manajemen pemasaran bank. Sehubungan dengan hal itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan strategi lokasi dan pelayanan yang terdapat pada bahasan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikenal dengan istilah 7P yaitu : *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian angket, wawancara dan observasi. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji linearitas, koefisien determinasi, uji hipotesis (t), uji F dan regresi berganda.

Dengan menggunakan program bantuan *SPSS VERSI 17.0*, diperoleh hasil sebagai berikut : lokasi ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan, terlihat t hitung (4,549) > t tabel (2,007). Pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan, terlihat t hitung (3,981) > t tabel (2,007). Variabel lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah terlihat F hitung (16,127) > F tabel (3,175). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,383 yang berarti loyalitas nasabah mampu dijelaskan oleh variabel lokasi dan pelayanan sebesar 38,3% dan sisanya 61,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan tidak terjadi multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

*Alhamdulillah* puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH FAKTOR LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BPRS OLOAN UMMAH SIDEMPUNAN”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Shalawat dan salam peneliti sampaikan kepada Rasulullah Muhammad SAW, teladan terbaik bagi manusia di sepanjang zaman.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan dan kekurangan yang ada. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya usaha, bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sudah sepatutnya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A, Bapak Aswadi Lubis, SE., M.Si,dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag, selaku Wakil Rektor di IAIN Padangsidempuan.

2. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Darwis Harahap, M.Si, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag, dan Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M.Si, sebagai Ketua Jurusan Perbankan Syari'ah, Ibu Nofinawati, M.A sebagai Sekretaris Jurusan, serta Bapak/Ibu dosen dan pegawai administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku dan Bapak Muhammad Isa, ST., MM selaku pembimbing skripsi.
5. Bapak H. Amru Effendy selaku Plt. Direktur PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan beserta seluruh karyawan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan yang selalu membantu peneliti ketika membutuhkan data tentang penelitian ini.
6. Ayahanda Mukhtar Siagian dan Ibunda Lanna Harahap untuk dukungan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan yang tiada hentinya diberikan kepada peneliti. Tidak lupa pula petuah-petuah bijak disaat peneliti lemah serta menjadi teladan bagi peneliti untuk memahami arti kesabaran dan keikhlasan, semua demi keselamatan dan keberhasilan peneliti.
7. Bapak kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
9. Buat teman-teman PS-2 stambuk'11 dan rekan-rekan mahasiswa, terimakasih atas dukungan dan sarana kepada peneliti, baik berupa masukan, kritik, waktu, dan buku-buku referensinya. Mudah-mudahan Allah mempermudah segala urusan kita.

Semoga segala amalan yang baik tersebut akan memperoleh balasan rahmat dan kurnia dari Allah SWT. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, peneliti berharap semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padangsidempuan, Juni 2015

Penulis,

**HANDAYANI**  
**NIM. 11 220 0057**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	ħ	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
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	..’..	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari 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
	ḍommah	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	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

## 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, 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 system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

#### **5. Kata Sandang**

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **6. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab 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 per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

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

Penggunaan huruf awal 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 capital tidak dipergunakan.

## 9. Tajwid

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

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

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HalamanJudul/Sampul</b>	
<b>HalamanPengesahanPembimbing</b>	
<b>SuratPernyataanPembimbing</b>	
<b>SuratPernyataanKeaslianSkripsi</b>	
<b>BeritaAcaraUjianMunaqasyah</b>	
<b>HalamanPengesahanDekanFakultasEkonomidanBisnis Islam</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>TRANSLITERASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Defenisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah .....	9
F. Tujuan Penelitian .....	9
G. Kegunaan Penelitian.....	10
H. Sistematika Pembahasan.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. KerangkaTeori .....	12
1. BPRS .....	12
a. Sejarah BPRS .....	12
b. Kegiatan Usaha BPRS .....	13
2. Lokasi dan Lay Out .....	15
3. Pelayanan .....	19
a. Pengertian pelayanan .....	19
b. Dasar-dasar Pelayanan Nasabah.....	20
c. Sikap-sikap Melayani Nasabah .....	21
d. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik .....	22
e. Etiket Pelayanan Nasabah.....	22
f. Larangan dalam Etiket Pelayanan .....	23
g. Syarat-syarat Seorang CS .....	24
4. Loyalitas Nasabah .....	25
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Pikir .....	31
D. Hipotesis Penelitian.....	33

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu.....	34
B. Jenis Penelitian.....	34
C. Populasi dan Sampel .....	34
D. Jenis dan Sumber Data .....	37
E. Instrumen Pengumpulan data.....	38
F. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen .....	41
G. Variabel penelitian dan pengukuran.....	43
H. Analisis Data.....	43
1. Uji Asumsi klasik.....	43
2. Koefisien Determinasi.....	45
3. Uji Hipotesis .....	46
4. Uji F .....	46
5. Uji Regresi Berganda .....	47

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan .....	48
B. Uji Validitas dan Realibilitas .....	53
C. Hasil Analisis Data.....	56
1. Uji Asumsi Klasik.....	56
a. Uji Multikolinearitas .....	56
b. Uji Heteroskedastisitas .....	57
c. Uji Normalitas.....	58
d. Uji Linearitas.....	59
2. Uji Koefisien Determinasi.....	60
3. Uji Hipotesis (Uji t) .....	61
4. Uji F .....	64
5. Uji Regresi Berganda .....	64
D. Pembahasan .....	66
E. Keterbatasan Penelitian .....	67

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## Daftar Tabel

Tabel 1.1.Defenisi Operasional Variabel .....	9
Tabel 2.1.Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1.Jumlah Nasabah PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.....	35
Tabel 3.2.Responden Secara Proporsional .....	37
Tabel 3.3.Indikator Penelitian .....	43
Tabel 4.1.Hasil Uji Validitas Instrumen .....	53
Tabel 4.2.Hasil Uji Relialibilitas Lokasi.....	55
Tabel 4.3.Hasil Uji Relialibilitas Pelayanan .....	55
Tabel 4.4.Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas .....	55
Tabel 4.5.Uji Multikolinearitas .....	56
Tabel 4.6.Uji Linearitas Lokasi Terhadap Loyalitas .....	59
Tabel 4.7.Uji Linearitas Pelayanan Terhadap Loyalitas .....	60
Tabel 4.8.Uji Koefisien Determinasi .....	61
Tabel 4.9.Uji Hipotesis (t).....	61
Tabel 4.10.Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.11.Hasil Analisis Regresi Berganda.....	65

## Daftar Gambar

Gambar 2.1.Kerangka Pikir.....	33
Gambar 4.1.Uji Heteroskedastisitas.....	57
Gambar 4.2.Uji Normalitas Plot.....	58

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, bank syariah biasa disebut *islamic banking* atau *interest free banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*).<sup>1</sup>

Pada bank syariah kepentingan penyandang dana, pemegang saham dan pemakai dana dapat diharmonisasikan karena dengan sistem bagi hasil sesuai dengan keadaan yang benar-benar terjadi, untuk itu manajemen bank akan berusaha mengoptimalkan keuntungan pemakai dana.<sup>2</sup>

Pertumbuhan perbankan syariah akhir-akhir ini semakin pesat. Hal ini dapat kita lihat dari semakin banyaknya bank syariah yang berdiri. Jadi, persaingan di dunia perbankan semakin ketat. Hal ini juga tidak terlepas dari pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Indonesia.

Perkembangan perbankan syariah dalam kurun waktu satu tahun terakhir tergolong pesat, khususnya pada Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) yang mendominasi aset perbankan syariah.

---

<sup>1</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta : Sinar Grafika, 2008), hlm. 1.

<sup>2</sup>Karnaen A.Perwataatmaja dan Muhammad syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam* (Yogyakarta : PT Dana Bhakti Prima Yasa, 1992), hlm.7-8.

Dari data Bank Indonesia (BI), tercatat aset perbankan syariah per Oktober 2013 meningkat menjadi Rp. 229,5 triliun. Bila ditotal dengan aset Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Syariah, maka aset perbankan syariah mencapai Rp. 235,1 triliun. Sedangkan pada tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2012 aset perbankan syariah sebesar Rp. 199,72 triliun.

Upaya pengembangan pasar perbankan syariah yang telah dilakukan BI dan pelaku industri yang tergabung dalam *iB Campaign* mampu memperbesar *market share* perbankan syariah dalam peta perbankan sehingga mencapai kurang lebih 4,8 persen per Oktober 2013, dengan jumlah rekening di perbankan syariah mencapai kurang lebih 12 juta rekening atau 9,2 persen dari total rekening perbankan nasional serta jumlah jaringan kantor mencapai 2.925 kantor.<sup>3</sup>

Pada situasi dengan tingkat persaingan yang ketat nasabah seringkali tidak mempunyai loyalitas kepada suatu bank karena banyaknya tawaran yang diberikan kepada nasabah dan nasabah akan senantiasa memilih tawaran yang paling menguntungkan baginya.

Nasabah yang loyal akan memanfaatkan ulang jasa suatu perbankan dan bisa juga merekomendasikan kepada orang-orang terdekat.

Salah satu BPRS yang berada di kota Padangsidempuan yang berprinsip syariah yaitu PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Oloan Ummah Sidempuan yang menyediakan jasa perbankan yang berkualitas. PT.

---

<sup>3</sup><http://www.kemenkeu.go.id/Berita/bi-perbankan-syariah-berkembang-pesat>, diakses 13 Februari 2015 pukul 19.30 WIB.

BPRS Oloan Ummah Sidempuan menyediakan produk *funding* dan *financing*.

Produk *funding* yang ada pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan yaitu tabungan dan deposito. Sedangkan produk *financing* yaitu: Pembiayaan *Mudharabah*, Pembiayaan *Murabahah*, Pembiayaan *Ijarah* dan Pembiayaan Multi Jasa.

Sejak awal berdirinya PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan pada bulan Mei 2011 sampai tahun 2014 terhitung sebanyak 767 nasabah yang telah menggunakan produk-produk PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan sebagaimana dirincikan pada tabel berikut ini :<sup>4</sup>

No	Jenis Produk	Jumlah Nasabah	Nasabah	
			Aktif	Tidak Aktif
1	<i>Mudharabah</i>	5	1	4
2	Multijasa	6	2	4
3	<i>Murabahah</i>	300	89	211
4	Tabungan	435	435	-
5	Deposito	21	21	-
	<b>Total</b>	<b>767</b>	<b>548</b>	<b>219</b>

Dari tabel diatas ada 219 nasabah tidak aktif lagi menggunakan produk khususnya produk pembiayaan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan

---

<sup>4</sup>Wawancara dengan Erwina Siregar sebagai Administrasi Pembiayaan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan pada tanggal 18 Mei 2015 pukul 09.35 WIB.

atau transaksi angsurannya telah selesai.<sup>5</sup>Sementara pihak PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan masih berharap jika nasabahnya tidak berpindah ke lembaga keuangan lain jika nasabah masih membutuhkan dana pembiayaan.Sedangkan pada produk tabungan dan deposito, semua nasabahnya masih aktif.Akan tetapi, pada produk tabungan ada terdapat beberapa nasabah yang jarang sekali melakukan transaksi, bahkan mereka melakukan transaksi dibatas akhir periode aktif tabungan mereka yaitu pada bulan keenam.Jadi, pihak perusahaan bank berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabahnya.

Dalam hal tersebut pihak bank akan berusaha menciptakan loyalitas nasabah dengan mengkaji ulang bauran pemasarannya, di antaranya yaitu dengan melihat kondisi lokasi bank dan pelayanan dalam bank tersebut.

Jika dilihat dari letak lokasi, PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan memiliki lokasi yang cukup strategis karena berada dipusat kota yang mudah dijangkau transportasi dan dekat dengan pusat perbelanjaan. Dengan lokasi yang strategis ini, PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan memiliki peluang untuk meningkatkan dan mempertahankan nasabahnya. Namun, Lokasi yang strategis belum mampu menumbuhkan loyalitas nasabahnya.

Kemudian yang kedua yaitu pelayanan yang ada pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan. Dalam pelayanan perlu diperhatikan kecepatan, kemudahan, keamanan, kenyamanan dalam melakukan setiap transaksi.

---

<sup>5</sup>Wawancara dengan Meria andelina Simamora sebagai Kabag.UmumPT.BPRS Oloan Ummah Sidempuan pada tanggal 18 Mei 2015 pukul 10.10 WIB.

Sikap melayani dengan menggunakan kata-kata yang sopan dan santun merupakan sikap utama dari seorang pemasar khususnya karyawan bank. Rasulullah saw. Bersabda :<sup>6</sup>

أَفْشِ السَّلَامَ وَأَطِبَّ الْكَلَامَ وَصِلْ الْأَرْحَامَ وَقُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّاسَ نِيَامَ تَدْخُلُ الْجَنَّةَ بِسَلَامٍ

Artinya :*Sebarkanlah salam (kedamaian), berbicaralah dengan baik, jalinlah persaudaraan dan sholatlah pada malam hari ketika manusia sedang tidur, niscaya engkau akan masuk surga dengan damai.* (HR. Ahmad).

Al-Quran juga memerintahkan dengan sangat ekspresif agar kaum muslim bersifat lemah lembut dan sopan santun mana kala berbicara dan melayani pelanggan atau nasabah. Allah berfirman:<sup>7</sup>

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي  
الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا  
الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ مُّعْرِضُونَ ﴿٨٣﴾

Artinya: *Dan (ingatlah), ketika kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, Dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.* (QS. Al-Baqarah: 83)

Ayat Al-Quran di atas mengajarkan untuk senantiasa berperilaku baik dan simpatik kepada sesama. Al-Quran juga mengharuskan pemeluknya

<sup>6</sup>Musthafa Al-‘Adawy, *Fiqh Akhlak* ( Jakarta : Qisthi Press, 2005), hlm. 160

<sup>7</sup>Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahan* (Bogor : Sabiq, 2009), hlm. 12.

untuk berlaku sopan dalam setiap hal, bahkan dalam melakukan transaksi bisnis dengan orang-orang yang bodoh, tetap harus berbicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik. Sebagai karyawan bank maka sudah sepantasnya berlaku sopan dan baik kepada nasabah supaya nasabah tersebut merasa puas dan bertahan untuk tetap menjadi nasabah loyal pada bank tersebut yang akhirnya dapat memberikan keuntungan yang besar bagi bank tersebut.

Karyawan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan memperlakukan nasabahnya secara sopan, selain itu pelayanan yang menjadi ciri khas pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan adalah nasabah tidak perlu antrian dikantor untuk melakukan transaksi pembayaran angsuran atau tabungan karena sistemnya jemput bola. Karyawan dari PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan akan datang langsung ke rumah nasabah untuk menjemput angsuran atau tabungan.

Karyawan yang ditugaskan untuk menjemput pembayaran angsuran atau tabungan adalah karyawan yang memiliki sifat amanah dan bertanggung jawab atas pekerjaannya. Dengan demikian akan tercipta kepercayaan nasabah terhadap PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan yang menjadi rekan dalam bisnisnya.

Kedua faktor tersebut yaitu lokasi dan pelayanan suatu bank dapat menjadi pertimbangan masyarakat untuk menggunakan jasa suatu perbankan. Jika nasabah merasa mendapatkan kepuasan di bank tersebut maka akan tercipta loyalitas. Akan tetapi, meskipun lokasi PT. BPRS Oloan Ummah

Sidempuan strategis dan pelayanannya yang baik namun belum mampu menumbuhkan loyalitas nasabahnya.

Hal ini bisa dilihat dari kejadian dilapangan, jika karyawan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan datang menjemput angsuran maka ada beberapa nasabah yang menghindar tidak mau membayar angsuran. Sama halnya dengan nasabah penabung walaupun pelayanannya sistem jemput bola ada beberapa nasabah yang jarang sekali melakukan transaksi penyetoran.<sup>8</sup>

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk membahasnya dalam bentuk penelitian dengan judul : “Pengaruh Faktor Lokasi dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis mengidentifikasi masalah yaitu :

1. Apakah faktor lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.
2. Manakah faktor yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.
3. Apakah biaya administrasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

---

<sup>8</sup>Wawancara dengan Meria Andelina Simamora sebagai Kabag.Umum PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan pada tanggal 18 Mei 2015 pukul 10.10 WIB.

4. Apakah sistem layanan BPRS yang belum *online* (belum menyediakan ATM) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.
5. Apakah tata ruang pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

### **C. Batasan Masalah**

Mengingat cakupan permasalahan yang luas, kemampuan penulis yang terbatas serta untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam memahami permasalahan, maka penulis memberi batasan dalam penelitian ini. Batasan masalah yang dimaksud adalah :

1. Pengaruh lokasi terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan, Jika, menurut nasabah lokasi bank strategis maka nasabah akan loyal terhadap bank tersebut.
2. Pengaruh pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan, Jika nasabah merasa senang dengan pelayanan yang ada pada bank maka nasabah akan loyal.

### **D. Defenisi Operasional Variabel**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian, maka akan dijelaskan defenisi operasional dari judul penelitian : Pengaruh Faktor Lokasi dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1  
Defenisi operasional variabel

No.	Variabel	Defenisi
1	X <sub>1</sub> (Lokasi)	Tempat dimana produk dan jasa disediakan atau dimanfaatkan oleh nasabah
2	X <sub>2</sub> (Pelayanan)	Kegiatan memenuhi kebutuhan nasabah dengan memuaskan
3	Y (Loyalitas)	Kesetiaan nasabah untuk tetap menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan dan tidak pindah menjadi nasabah perusahaan lain.

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah-masalahnya yaitu sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan?

### **F. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

## **G. Kegunaan Penelitian**

### 1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada penulis berkaitan dengan masalah yang diteliti secara teori maupun praktik. Penelitian ini juga berguna sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S-1) di jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

### 2. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi dan masukan bagi pihak manajemen perusahaan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan mengenai pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

### 3. Bagi Dunia Akademik

Sebagai bahan referensi ataupun data pembanding sesuai dengan bidang yang akan diteliti dalam penelitian berikutnya.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika Pembahasan dalam penelitian ini adalah :

Pada Bab Pertama berisi tentang dasar penelitian yaitu : Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Definisi Operasional Variabel, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.

Pada Bab Kedua berisi tentang teori-teori yang menjelaskan judul yang akan diteliti, penelitian terdahulu, kerangka pikir, hipotesis atau jawaban sementara dari penelitian.

Pada Bab Ketiga berisi tentang metodologi penelitian yang akan digunakan peneliti.

Pada Bab Keempat berisi tentang hasil penelitian atas pengaruh lokasi dan proses pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

Bab kelima adalah penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)**

###### **a. Sejarah Berdirinya BPRS**

Sejarah berdirinya BPR Islam di Indonesia sebagai salah satu bentuk jenis Bank Pembiayaan Rakyat di Indonesia tidak bisa dilepaskan dari sejarah BPR-BPR pada umumnya.

Bank Pembiayaan Rakyat yang status hukumnya disahkan dalam paket kebijaksanaan keuangan moneter dan perbankan melalui PAKTO tanggal 27 Oktober 1988, pada hakikatnya merupakan penjelmaan model baru dari lumbung desa dan bank desa dengan beranekaragam namanya yang ada khususnya di pulau Jawa sejak akhir 1890-an hingga tahun 1967 sejak dikeluarkannya UU pokok perbankan, status hukumnya diperjelas dengan izin dari Menteri Keuangan.<sup>9</sup>

Dengan adanya keharusan izin tersebut diikuti dengan upaya-upaya pembenahan terhadap badan-badan kredit desa yang berproses menjadi lembaga keuangan bank.

Dengan adanya BPR diharapkan mampu menjadi alternatif pengganti yang terbaik bagi fungsi dan peranan lumbung desa. Tetapi masyarakat umum yang beragama Islam belum memanfaatkan BPR secara optimal karena mereka masih beranggapan bahwa bunga pada BPR itu

---

<sup>9</sup>Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMUI & Takaful) di Indonesia* (Jakarta : PT Raja Grafindo, 1996), hlm. 111.

termasuk riba yang diharamkan dalam Islam. Oleh karena itu mereka masih mendambakan BPR yang tidak menerapkan sistem bunga.

Keinginan masyarakat tersebut mendapat angin segar terhadap adanya BPR tanpa bunga, dengan adanya deregulasi disektor perbankan sejak 1 juni 1983 yang memberikan kebebasan kepada bank-bank (termasuk BPR) untuk menetapkan sendiri tingkat bunganya. Bahkan bank-bank tidak dilarang untuk menerapkan bunga 0%.<sup>10</sup>

b. Kegiatan Usaha BPRS

Adapun kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah menurut ketentuan pasal 21 UU No. 21 tahun 2008 adalah sebagai berikut:

- 1) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
  - a) Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi`ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah; dan
  - b) Investasi berupa deposito atau tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudhrabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah;
- 2) Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk :
  - a) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah*;
  - b) Pembiayaan berdasarkan akad *mudharabah salam* atau *istishna*;

---

<sup>10</sup>*Ibid.*, hlm. 109.

- c) Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*;
  - d) Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah mutahiyah bit-tamlik*;
  - e) Pengambil alihan utang berdasarkan akad *hiwalah*;
- 3) Menempatkan dana pada bank syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi berdasarkan akad *mudharabah* dan/atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah;
  - 4) Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang ada di Bank Umum Syariah, Bank Umum Konvensional dan Unit Unit Syariah (UUS);
  - 5) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha bank syariah lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.<sup>11</sup>

Disamping kegiatan-kegiatan yang dapat dilaksanakan oleh BPR diatas terdapat juga kegiatan-kegiatan yang merupakan larangan bagi BPR antara lain sebagai berikut:

- 1) Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran;
- 2) Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing;

---

<sup>11</sup>Cik Basir, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah di Pengadilan Agama dan Mahkamah Syariah* (Jakarta:Kencana, 2009), hlm. 63-64.

- 3) Melakukan penyertaan modal;
- 4) Melakukan usaha perasuransian; dan
- 5) Melakukan usaha lain diluar kegiatan usaha sebagaimana dimaksudkan di atas.<sup>12</sup>

Bentuk hukum suatu bank umum dapat berupa perseroan terbatas, koperasi, atau perusahaan daerah dan hanya dapat didirikan seizin direksi Bank Indonesia. Untuk memperoleh izin usaha tersebut, wajib dipenuhi persyaratan sekurang-kurangnya tentang susunan organisasi dan kepengurusan, permodalan, kepemilikan, keahlian dibidang perbankan, dan kelayakan rencana kerja.

## **2. Lokasi dan Lay out**

Lokasi (*place*) merupakan variabel ketiga dari bauran pemasaran setelah produk dan harga. Lokasi pada pemasaran produk manufaktur adalah saluran distribusi dimana produk disediakan untuk terjadinya penjualan. Untuk menunjukkan penjenjangan maka dikenal adanya pedagang besar (*whole seller*), distributor, agen dan pedagang eceran.

Sementara itu pada pemasaran produk jasa, misalnya bank, lokasi yang dimaksud adalah jejaring (*net-working*) dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah.<sup>13</sup> Oleh karena itu jejaring pemasaran bank tidak hanya berupa kantor bank sendiri dimana disediakan produk dan jasa bank sendiri saja tetapi termasuk juga bank kantor lain

---

<sup>12</sup>Triandaru Sigit dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm. 86.

<sup>13</sup>Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hlm. 118.

bahkan mesin ATM bank lain dimana produk dan jasa bank dapat dimanfaatkan.

Dalam pembahasan bauran pemasaran tentang *place bank* disini cenderung pada pengertian sebagai lokasi fisik bank. Ini berarti tempat dimana produk dan jasa perbankan disediakan untuk dapat dibeli dan dimanfaatkan oleh nasabah. Termasuk lokasi disini adalah letak kantor bank mulai dari kantor pusat, kantor cabang, kantor cabang pembantu dan kantor kas. Termasuk didalamnya adalah mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Penentuan lokasi bank merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun di tempat yang strategis, yang dekat dengan nasabah dan mudah pencapaiannya.

Secara umum pertimbangan dalam menentukan lokasi perusahaan adalah sebagai berikut :<sup>14</sup>

- a. Jenis usaha yang dijalankan;
- b. Dekat dengan pasar;
- c. Dekat dengan bahan baku;
- d. Dekat dengan tenaga kerja;
- e. Tersedia sarana dan prasarana;
- f. Dekat dengan pemerintahan;
- g. Dekat dengan lembaga keuangan;
- h. Di kawasan Industri;
- i. Kemudahan untuk ekspansi;

---

<sup>14</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 216.

- j. Adat istiadat/budaya/sikap masyarakat; dan
- k. Hukum yang berlaku.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah pertimbangan sebagai berikut :

- a. Dekat dengan kawasan industri atau pabrik;
- b. Dekat dengan lokasi perkantoran;
- c. Dekat dengan lokasi pasar;
- d. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat; dan
- e. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.

Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah untuk mendekatkan diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah pembiayaan, namun selain itu, terdapat beberapa tujuan dalam penentuan lokasi bank, yaitu :<sup>15</sup>

- a. Memudahkan pelayanan nasabah dengan mendekati dan memudahkan pencapaiannya ( aksesibilitas). Termasuk dalam pengertian aksesibilitas ini adalah bukan hanya dekatnya jarak, tetapi juga kemudahan menjangkaunya dari angkutan umum, terletak di jalan yang mudah dijangkau dari arah mana saja, terletak ditengah kota, dan banyak dilewati angkutan kota sepanjang jam kerja kantor bank. Termasuk dalam kemudahan dalam hal parkir kendaraan.
- b. Kemudahan pemasangan dan ketersambungan dengan jejaring teknologi.

---

<sup>15</sup> Sentot Imam Wahjono, *Op.Cit.*, hlm. 129

- c. Lokasi memungkinkan bank menata kantor dan tata letak *in/out door* dengan leluasa sehingga mendukung ketersediaan parkir, ruang layanan, ruang tunggu dan sarana layanan lainnya sehingga mampu membuat kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa bank.

Kemudian setelah lokasi diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menentukan *lay out* gedung dan *layout* ruang kantor. Gedung dan ruangan yang tidak tertata rapi akan sangat membosankan nasabah. Pada akhirnya nasabah akan merasa tidak nyaman bila berhubungan dengan bank. Oleh karena itu hilangkan kesan kantor yang sumpek dan semrawut yang akan mengakibatkan nasabah tidak betah berlama-lama berada di kantor. Usahakan *lay out* ruangan senyaman mungkin dengan susunan meja, tempat duduk atau keindahan lainnya seperti lukisan dan musik sehingga nasabah merasa nyaman dan aman.

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk *lay out* gedung yaitu :<sup>16</sup>

- a. Bentuk gedung yang memberikan kesan bonafid atau modern atau mungkin tradisional tergantung diwilayah mana yang akan dibuka;
- b. Lokasi parkir luas dan aman;
- c. Keamanan di sekitar gedung;
- d. Tersedia tempat ibadah;
- e. Tersedia telepon umum atau fasilitas lainnya untuk nasabah;

---

<sup>16</sup> Kasmir, *Op.cit.*, hlm. 217.

Hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan *lay out* gedung dan ruangan adalah sebagai berikut :

- a. Bentuk gedung;
- b. Suasana ruangan terkesan luas;
- c. Ruangan yang sejuk dan nyaman;
- d. Tata letak kursi dan meja yang teratur;
- e. Hiasan dalam ruangan yang membuat ruangan menjadi hidup; dan
- f. Sarana hiburan seperti musik.<sup>17</sup>

Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam penyusunan peralatan ruangan suatu bank adalah sebagai berikut :

- a. Produk yang dihasilkan (jumlah jasa yang diberikan);
- b. Banyaknya ruangan yang dibutuhkan;
- c. Urutan operasi (dari CS, teller, bagian administrasi dan seterusnya);
- d. Aliran arus kerja dan dokumen;
- e. Pendingin ruangan dan sirkulasi udara;
- f. Dekorasi ruangan; dan
- g. Fleksibilitas (kemudahan peralatan untuk dipindahkan).

### **3. Pelayanan**

#### **a. Pengertian Pelayanan**

Pelayanan merupakan syarat utama bagi kelangsungan hidup suatu bank, khususnya bank syariah. Dengan pelayanan yang baik serta kenyamanan yang diberikan kepada nasabah dapat menentukan laju

---

<sup>17</sup>*Ibid.*, hlm. 218.

pertumbuhan suatu bank. Menurut Melayu S.P Hasibuan Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>18</sup>Sedangkan menurut 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.<sup>19</sup>

#### **b. Dasar-dasar Pelayanan Nasabah**

Seorang *Customer Service* (CS) dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan bisa memuaskan nasabah, maka seorang CS harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap CS telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang CS, yaitu :<sup>20</sup>

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih;
- 2) Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh senyum;
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal;

---

<sup>18</sup> Melayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

<sup>19</sup> *Ibid.*, hlm. 152

<sup>20</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta : Kencana, 2010), hlm. 182.

- 4) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan;
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar;
- 6) Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuan;
- 7) Jangan menyela atau memotong pembicaraan;
- 8) Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan;
- 9) Jika tak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan rekan kerja lain; dan
- 10) Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

**c. Sikap Melayani Nasabah**

- 1) Beri kesempatan nasabah berbicara;
- 2) Dengarkan baik-baik;
- 3) Jangan menyela pembicaraan;
- 4) Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara;
- 5) Jangan marah dan jangan mudah tersinggung;
- 6) Jangan mendebat nasabah;
- 7) Jaga sikap sopan, ramah dan selalu bersikap tenang; dan
- 8) Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya serta tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.

#### **d. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik<sup>21</sup>**

Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri-ciri pelayan 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 CS, yaitu :

- 1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik;
- 2) Tersedia karyawan yang baik dan professional;
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai;
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat;
- 5) Mampu berkomunikasi;
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi;
- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik;
- 8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah; dan
- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

#### **e. Etiket Pelayanan Nasabah**

Secara umum etiket pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut :<sup>22</sup>

- 1) Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah;
- 2) Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan dan suruh menunggu sebentar;

---

<sup>21</sup>*Ibid.*, hlm. 184.

<sup>22</sup>*Ibid.*, hlm. 176.

- 3) Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan tamu duduk selalu dengan ramah dan murah senyum;
- 4) Biasakan mengucapkan tolong atau maaf saat meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sebentar;
- 5) Ucapkan kata terimakasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya;

**f. Larangan dalam Etiket Pelayanan**

Secara umum larangan dalam etiket pelayanan adalah :<sup>23</sup>

- 1) Dilarang berpakaian sembarangan, terutama pada saat jam kerja dan saat melayani nasabah;
- 2) Dilarang melayani nasabah sambil makan, minum atau merokok, atau mengunyah sesuatu seperti permen karet;
- 3) Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil berbincang atau bercanda dengan karyawan yang lain dalam kondisi apapun;
- 4) Dilarang menampakkan wajah cemberut, memelas, atau sedih di depan nasabah atau tamu;
- 5) Dilarang untuk berdebat atau menyanggah nasabah secara kasar atau tidak sopan;
- 6) Dilarang meninggalkan nasabah pada saat banyak nasabah yang harus dilayani;
- 7) Dilarang berbicara terlalu keras baik volume suara atau kata-kata;

---

<sup>23</sup>*Ibid.*, hlm. 177.

- 8) Juga dilarang berbicara terlalu pelan dan tidak jelas pada saat melayani nasabah; dan
- 9) Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji tertentu kepada nasabah.

**g. Syarat-syarat Seorang CS**

1) Persyaratan Fisik

Seorang *Customer Service* (CS) harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti tinggi yang ideal dengan berat. Memiliki wajah yang menarik dan menawan. CS juga harus memiliki jiwa yang sehat. Artinya seorang CS harus sehat jasmani dan rohaninya. Disamping itu CS harus memiliki penampilan yang menarik, badan dan pakaian rapi dan bersih dan tidak bau. Begitu pula dengan nafas harus dijaga agar tidak bau.

2) Persyaratan mental

*Customer Service* harus memiliki perilaku yang baik seperti sabar, ramah, murah senyum. Hindarkan *Customer Service* yang mudah marah/emosi dan cepat putus asa. *Customer Service* juga harus punya rasa percaya diri (*self confidence*) yang tinggi, tidak minder, punya inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati-hati dan punya rasa tanggung jawab.

### 3) Persyaratan kepribadian

Syarat lain *Customer Service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti senyum, sopan, *lemah* lembut, simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor dan ingin maju. Dalam melayani nasabah kesan pertama yang mengesankan (*first impression*) perlu ditonjolkan. *Customer Service* juga harus mampu mengendalikan diri (*self control*), tidak mudah marah, tidak terpancing untuk berbuat dan berkata kasar, ketidaksabaran dan rasa tidak puas serta mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif.

### 4) Persyaratan sosial

*Customer Service* harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana dan berbudi pekerti yang halus, pandai bergaul, pandai berbicara, dan fleksibel. *Customer Service* juga harus cepat menyesuaikan diri, mudah bekerja sama, tenang dan tabah.

## 4. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah dalam menggunakan produk atau jasa yang disediakan oleh suatu perusahaan. Paradigma kecocokan harapan berpendapat bahwa kesetiaan pelanggan (misalnya intensitas pembelian ulang, kesediaan menyebarkan citra positif dari mulut ke mulut) merupakan fungsi kepuasan pelanggan, dan fungsi perbandingan kognitif dari harapan sebelum menggunakan dengan pengalaman aktual.

Kepuasan/ketidakpuasan pelanggan merupakan pengalaman yang dipengaruhi oleh kualitas dan *value* yang dirasakan dari produk jasa, kualitas dan *value* merupakan pendorong utama perilaku pelanggan.

Bank syariah bekerja mencari pilihan yang dapat membedakan dirinya dari bank lain, melakukan penyempurnaan kegiatan operasional bank, pembinaan manajemen, meningkatkan pengetahuan dan keahlian *marketer* diversifikasi produk dan peningkatan kualitas tata layanan prima. Tujuannya hanya satu, agar mereka mampu memberikan nilai (*value*) yang lebih tinggi kepada nasabah. Nilai ini penting dirasakan oleh nasabah, jika nasabah merasakan nilai yang sangat baik, mereka akan sangat senang ditambah lagi rasa terbebas dari riba justru akan mengikat hubungan kemitraan dalam waktu yang tidak terbatas.

Berdasarkan riset pemasaran peneliti terdahulu 90% nasabah menyatakan menerima bank syariah dan 10% menolak. Riset pemasaran berkaitan sistem manajemen pelayanan, layanan bauran pemasaran, kualitas teknik dan fungsional terhadap kesetiaan pelanggan.<sup>24</sup>

Loyalitas atau kesetiaan pelanggan dapat didefinisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Definisi tersebut mencakup dua komponen penting, yaitu

---

<sup>24</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 98.

loyalitas sebagai perilaku dan loyalitas sebagai sikap. Ada empat tipe loyalitas yaitu:<sup>25</sup>

a. Tanpa Loyalitas

Untuk berbagai alasan, beberapa pelanggan tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu. Misalnya, saya mengenal seorang biro perjalanan yang pergi kemana saja di kota untuk memotong rambutnya, asalkan ia hanya perlu membayar \$10 atau kurang dan ia tidak perlu menunggu. Ia jarang pergi ke tempat yang sama dua kali berturut-turut. Baginya, memotong rambut tidak ada bedanya tak peduli di mana. Keterikatannya yang rendah terhadap layanan dikombinasikan dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan tidak adanya loyalitas. Secara umum, perusahaan harus menghindari membidik para pembeli jenis karena mereka tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal; mereka hanya berkontribusi sedikit pada kekuatan keuangan perusahaan. Tantangannya adalah menghindari membidik sebanyak mungkin orang-orang seperti ini dan lebih memilih pelanggan yang loyalitasnya dapat dikembangkan.

b. Loyalitas yang Lemah

Keterikatan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah (*inertia loyalty*). Pelanggan ini membeli karena kebiasaan. Ini adalah jenis pembelian “

---

<sup>25</sup>Jill Griffin, *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan kesetiaan Pelanggan*, Diterjemahkan dari : *Customer Loyalty : how to earn it, how to keep it* (Jakarta : Erlangga, 2003), hlm. 22-24.

karena kami selalu menggunakannya” atau “karena sudah terbiasa”. Dengan kata lain, faktor nonsikap dan faktor situasi merupakan alasan utama membeli. Pembeli ini merasakan tingkat kepuasan tertentu dengan perusahaan, atau minimal tiada ketidakpuasan yang nyata. Loyalitas jenis ini paling umum terjadi pada produk yang sering dibeli. Pembeli ini rentan beralih ke produk pesaing yang dapat menunjukkan manfaat yang jelas. Memungkinkan bagi perusahaan untuk mengubah loyalitas lemah kedalam bentuk loyalitas yang lebih tinggi dengan secara aktif mendekati pelanggan dan meningkatkan diferensiasi positif di benak pelanggan mengenai produk atau jasa anda dibanding dengan produk lain.

c. Loyalitas Tersembunyi

Tingkat Preferensi yang relatif tinggi digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi. (*latent loyalty*). Bila pelanggan memiliki loyalitas yang tersembunyi, pengaruh situasi dan bukan pengaruh sikap yang menentukan pembelian berulang.

d. Loyalitas Premium

Loyalitas premium, jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila ada tingkat keterikatan yang tinggi dan tingkat pembelian yang berulang yang juga tinggi. Ini merupakan jenis loyalitas yang lebih disukai untuk semua pelanggan di setiap perusahaan. Pada tingkat preferensi paling tinggi tersebut, orang bangga karena menemukan dan

menggunakan produk tertentu dan senang membagi pengetahuan mereka dengan rekan dan keluarga. Para pelanggan ini menjadi pendukung vokal produk atau jasa tersebut dan selalu menyarankan orang lain untuk membelinya. Berdasarkan pemaparan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa ciri-ciri nasabah yang loyal yaitu :

- 1) *Repeat* yaitu apabila nasabah menggunakan barang atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan secara berulang-ulang.
- 2) *Retention* yakni nasabah tidak terpengaruh jasadn produk yang ditawarkan oleh pihak lain.
- 3) *Refferal* apabila jasa yang diterima memuaskan, maka nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima ia tidak akan bicara pada pihaklain, tapi justru akan memberitahukan layanan yang kurang memuaskan tersebut pada pihak bank.

## B. Penelitian terdahulu

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait dengan pengaruh faktor lokasi dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

Tabel 2.1  
Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti / Tahun	Judul Skripsi	Variabel	Hasil
1	Samuel Adhimas	Analisis Pengaruh	Variabel X (lokasi,	lokasi, persepsi harga dan kualitas

	Putra / 2013	Lokasi, Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Sari Kaligawe (Semarang)	persepsi harga, kualitas layanan) Variabel Y (Loyalitas Nasabah)	layanan semuanya berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan
2	Oldy Ardhana / 2010	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Butik Nani's Collection Semarang)	Variabel X (Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi) Variabel Y (Loyalitas)	Menyatakan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
	Henny Luthfiyatul H / 2009	Analisis Pengaruh Lokasi dan Harga Serta Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Internet Dot Net di Semarang	Variabel X (Lokasi, Harga, Pelayanan) Variabel Y (Loyalitas)	Menyatakan bahwa lokasi dan harga serta pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian terdahulu meneliti variabel lokasi, harga dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan toko dan cafe dengan variabel bebasnya adalah lokasi,

harga dan kualitas layanan sedangkan pada penelitian ini peneliti hanya meneliti pengaruh faktor lokasi dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank.

### C. Kerangka Pikir

Berdasarkan riset pemasaran salah seorang peneliti terdahulu Syahyuti menyatakan bahwa tingkat penerimaan masyarakat terhadap bank syariah yaitu sebesar 90% dan sisanya 10% menolak. Riset pemasaran berkaitan dengan sistem manajemen pelayanan, layanan bauran pemasaran, kualitas teknik dan fungsional terhadap loyalitas nasabah.

Dalam layanan bauran pemasaran (*marketing mix*) terdapat 7 strategi pemasaran yang dikenal dengan istilah 7P, yaitu:

1. *Product* (Produk)

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.<sup>26</sup>

2. *Price* (Harga)

Harga bagi bank syariah adalah besarnya bagi hasil maupun biaya lainnya. Tujuan penentuan harga antara lain untuk bertahan hidup, untuk memaksimalkan laba, untuk memperbesar *market share*.<sup>27</sup>

3. *Promotion* (Promosi)

---

<sup>26</sup>Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank* (Padangsidimpuan: Diktat Mata Kuliah IAIN Padangsidimpuan, 2012), hlm. 48.

<sup>27</sup>*Ibid.*, hlm.55.

Yang termasuk dalam kegiatan promosi adalah kegiatan-kegiatan *advertising, personal selling, publicity*, promosi penjualan, yang kesemuanya dipergunakan perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

4. *Place* (Lokasi)

Sebelum produsen memasarkan produk maka sudah ada perencanaan tentang pola saluran distribusi yang akan dilakukan. Kita dapat bayangkan, betapa sulitnya pasaran produk atau jasa jika tidak ada toko, kios atau tempat kita menjual produk atau jasa.<sup>28</sup>

5. *People* (Sumber Daya Manusia)

Sumber daya manusia disini adalah orang yang melayani terutama dalam penjualan jasa.

6. *Process* (Pelayanan)

Pelayanan yaitu bagaimana proses dilakukan sampai jasa yang diminta diterima secara memuaskan.

7. *Physical Evidence* (Tata Ruangan)

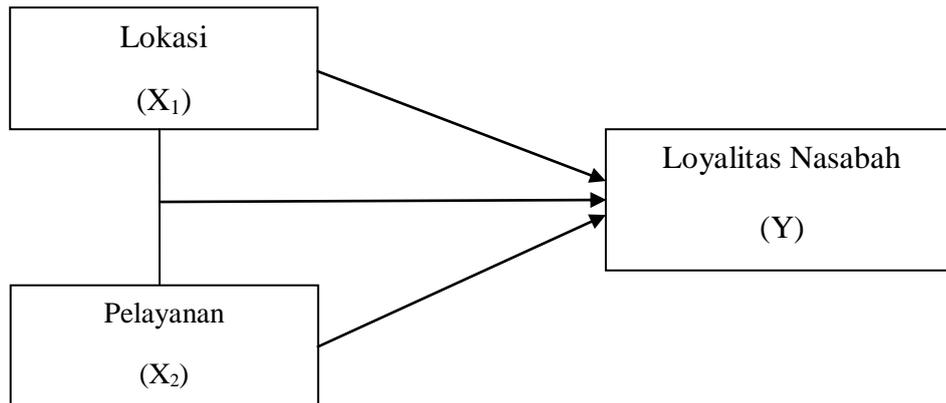
Tata ruangan yaitu bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan jasa.

---

<sup>28</sup>Buchari Alma, *Kewirausahaan* ( Bandung : Alfabeta, 2009), hlm.204.

Jadi, faktor lokasi dan pelayanan dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kerangka pikir mengenai pengaruh faktor lokasi dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan yaitu:

Gambar 2.1  
Kerangka pikir



#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara dan arti sesungguhnya belum bernilai (mencapai) sebagai suatu tesis yang belum diuji kebenarannya.<sup>29</sup>Hipotesis dalam penelitian ini adalah faktor lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

---

<sup>29</sup>Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 169.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan waktu Penelitian**

##### 1. Lokasi

Penelitian dilaksanakan pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan yang beralamat di Kompleks Ruko Anugrah Tetap Cemerlang (ATC) Blok B No.5 Kel.Wek II Kec. Padangsidimpuan Utara, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara.

##### 2. Waktu

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2015 sampai dengan Juni 2015.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan ( skor atau nilai, peringkat atau frekuensi), yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.<sup>30</sup>Data yang diolah dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban-jawaban responden pada angket yang diukur dengan skala likert.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### 1. Populasi

---

<sup>30</sup> Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 13.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari; objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>31</sup>

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 548 orang, yaitu seluruh nasabah aktif yang menggunakan produk PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan, sebagai berikut :<sup>32</sup>

Tabel 3.1  
Jumlah Nasabah Aktif Tahun 2014 PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan

No	Produk	Jumlah Nasabah
1	Tabungan	435
2	Deposito	21
3	Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	1
4	Pembiayaan <i>Murabahah</i>	89
5	Pembiayaan Multijasa	2
	Jumlah	548

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti. Selain itu sampel juga biasa disebut dari sebagian dari objek yang akan diteliti yang

<sup>31</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 133.

<sup>32</sup>Wawancara dengan Meria Andelina Samosir Sebagai Kabag.Umum PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan pada tanggal 22 April 2015 pukul 09.45 WIB.

dipilih sedemikian rupa sehingga mewakili keseluruhan objek (populasi) yang ingin diteliti.<sup>33</sup>

Pedoman peneliti dalam pengambilan sampel sebagaimana yang dikemukakan Suharsimi Arikunto, apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian Populasi. Selanjutnya, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih, tergantung pada :<sup>34</sup>

- a) Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana;
- b) Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek;
- c) Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti;

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka peneliti menetapkan sampel sebanyak 10% dari jumlah nasabah 548 orang, yaitu : 55 orang

Pengambilan sampel akan diambil secara proporsional dari masing-masing kategori produk PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan, sebagai berikut :

---

<sup>33</sup> Rosady Ruslan, *Op.Cit.*, hlm. 51.

<sup>34</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2002), hlm. 134.

Tabel 3.2  
Responden secara proporsional

No	Produk	Jumlah Sampel ( Jumlah pengguna masing-masing produk / jumlah seluruh nasabah * total sampel)
1	Tabungan	43 orang
2	Deposito	2 orang
3	Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	1 orang
4	Pembiayaan <i>Murabahah</i>	8 orang
5	Pembiayaan Multijasa	1 Orang
	Total	55 Orang

#### D. Jenis dan Sumber data

Jenis dan sumber data yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini adalah:

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat baik dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lainnya.<sup>35</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari 55 orang nasabah PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan yang menjadi sampel dalam penelitian ini dengan penyebaran angket yang dilakukan langsung dan berantai yang dibantu oleh pihak *marketing* PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan dalam menyebarkan angket.

---

<sup>35</sup>Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), hlm. 87.

2. Data Sekunder data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan.<sup>36</sup> Data sekunder ini berasal dari data yang diberikan langsung oleh PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan seperti data jumlah nasabah.

#### **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data tentang pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah, maka metode yang digunakan adalah melalui penyebaran angket (*kuesioner*), observasi dan wawancara.

##### **1. Metode Angket (*Kuesioner*)**

adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. *Kuesioner* yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan lima alternatif jawaban dalam suatu daftar pertanyaan, responden diminta untuk memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

Sebelum membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu dibuat kisi-kisi instrumen dengan menjabarkan variabel menjadi sub variabel yang akan diukur, hal ini digunakan sebagai patokan untuk menyusun instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat negatif

---

<sup>36</sup>*Ibid.*, hlm. 88.

sampai sangat positif dengan 5 (lima) alternatif jawaban, dengan jawaban masing-masing berikut: <sup>37</sup>

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- N : Ragu-ragu
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

Dengan menggunakan skala likert masing-masing instrumen jawaban memiliki nilai sebagai berikut :

- SS : 5
- S : 4
- N : 3
- TS : 2
- STS : 1

Metode angket ini berisikan tentang 3 hal, yaitu :

- a. Angket tentang lokasi berupa daftar pertanyaan berkaitan dengan keadaan lokasi PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.
- b. Angket tentang proses pelayanan berupa daftar pertanyaan yang berkaitan dengan sistem atau prosedur pelayanan.
- c. Angket tentang loyalitas berupa daftar pertanyaan yang dibuat untuk mengetahui seberapa besar loyalitas nasabah terhadap PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

---

<sup>37</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta, 2005), hlm.87.

Ketiga angket diatas akan dijawab oleh nasabah sebagai respondennya yang diukur dengan menggunakan skala likert.

## 2. Observasi

Orang seringkali mengartikan observasi sebagai suatu aktivitas yang sempit, yakni memperhatikan sesuatu dengan mata. Didalam pengertian psikologik, observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Jadi, mengobservasi dapat dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap.<sup>38</sup>Peneliti disini mengamati langsung lokasi dan pelayanan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

## 3. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.<sup>39</sup> Peneliti melakukan wawancara dengan pihak yang berkompeten yaitu karyawan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

---

<sup>38</sup>Suharsimi Arikunto, *Op.Cit.*, hlm. 156.

<sup>39</sup>Lexy J.Moleong, *Metodologi Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm.135.

## F. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas data dengan menggunakan *SPSS* versi 17.0

Dalam pengujian validitas instrumen pada penelitian ini digunakan metode *Corrected Item –Total Correlation*. Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor total dengan melakukan korelasi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi dengan rumus *produk moment*, yaitu :<sup>40</sup>

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

x= variabel pertama

y = variabel kedua

n = jumlah data

Suatu instrumen dikatakan valid, jika :

- $r$  hitung  $\geq r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

---

<sup>40</sup>Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2008), hlm. 54.

- b.  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

## 2. Realibilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pengujian reliabilitas data dengan menggunakan *SPSS* versi 17.0 dengan menggunakan teknik *croanbach alpha*. Rumus realibiltas dengan metode alpha adalah :<sup>41</sup>

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan:  $r_{11}$  : Reliabilitas instrumen  
 $k$  : Banyaknya butir pertanyaan  
 $\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varian butir  
 $\sigma_1^2$  : Varian total

Suatu instrument dikatakan reliabel apabila nilai alpha lebih besar dari  $r$  kritis *product moment*. Dengan batasan tertentu seperti 0,6. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

---

<sup>41</sup>*Ibid.*, hlm.25.

## G. Variabel penelitian dan pengukuran

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau aspek dari orang maupun obyek yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>42</sup>

Dalam penelitian ini, operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3  
Indikator penelitian

Variabel penelitian	Defenisi	Indikator	Skala pengukuran
Lokasi	Tempat dimana produk dan jasa disediakan atau dimanfaatkan nasabah	Strategis Aman	Diukur melalui angket menggunakan skala likert
Pelayanan	Kegiatan memenuhi kebutuhan nasabah dengan memuaskan	Ramah tamah Adil Cepat Tepat Beretika	Diukur melalui angket menggunakan skala likert
Loyalitas	Kesetiaan nasabah pada perusahaan barang atau jasa kepadanya	<i>Repeat Order</i> <i>Refferal</i> <i>Retention</i>	Diukur melalui angket menggunakan skala likert

## H. Analisis data

Data yang dikumpulkam dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode:

1. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Multikolinearitas

---

<sup>42</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Op.cit., hlm. 38.

Uji multikolinearitas merupakan uji yang ditunjukkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Model uji ini yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini adalah menggunakan *Tolerance and Varians Infation Factor*. Pada umumnya jika nilai VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak *random* (acak). Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu.<sup>43</sup>

c. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Dalam menguji normalitas butir angket akan digunakan *SPSS* versi 17.0. Metode yang digunakan dalam uji

---

<sup>43</sup>Triton Prawira Budi, *SPSS13.0 Terapan : Riset Statistik Parametrik* (Yogyakarta, Andi Offse, 2006), hlm.158.

normalitas adalah metode uji grafik. Uji grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P Plot pada *of regression standardized* residual. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

#### d. Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada *SPSS* dengan menggunakan *Test For Linearity* dengan taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.<sup>44</sup>

## 2. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi merupakan angka sejauh mana kesesuaian persamaan regresi tersebut dengan data. Koefisien determinasi ganda ( $R^2$ ) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas ( $X_1, X_2$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup>Dwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 28.

<sup>45</sup>Morisan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta : Kencana, 2012), hlm.349.

### 3. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter ( $b_1$ ) sama dengan nol atau :

$$H_0: b_1=0$$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel independen. Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ), parameter suatu variabel tidak sama dengan nol atau :

$$H_a: b_1 \neq 0$$

### 4. Uji F

Untuk menguji kebenaran hipotesis pertama uji F yaitu untuk menguji keberartian dari regresi secara keseluruhan. Pengujian dengan uji F variansnya adalah dengan membandingkan F hitung ( $F_h$ ) dengan F tabel ( $F_t$ ) pada  $\alpha = 0,05$  apabila hasil perhitungannya menunjukkan :

- a.  $F_h > F_t$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Artinya variabel model regresi berhasil menerangkan variasi variabel bebas, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas.
- b.  $F_h < F_t$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya dari variasi model regresi tidak berhasil menerangkan variasi variabel bebas, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas.

## 5. Uji regresi berganda

Analisis regresi ganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:<sup>46</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y : Loyalitas Nasabah

a : Konstanta

$b_1, b_2$  : Koefisien Regresi Variabel Bebas

$X_1$  : Lokasi

$X_2$  : Pelayanan

---

<sup>46</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian (Bandung : Alfabeta, 2006)*, hlm. 250.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan

Secara geografis PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan terletak di Kompleks Ruko Anugrah Tetap Cemerlang (ATC) Blok B No.5 Kel.Wek II Kec. Padangsidimpuan Utara ,Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara. Lokasinya berada di kota dekat dengan pusat perbelanjaan. Dengan letak yang strategis dapat memudahkan masyarakat untuk mengetahui keberadaan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan ini didirikan pada bulan April 2010 dan mulai beroperasi pada tanggal 3 Mei 2011. PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan menyediakan produk penghimpunan dana (*funding*) dan penyaluran dana (*financing*). Selama 3 tahun beroperasi (2011-2014) sudah ada 767 nasabah yang menggunakan produk PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

##### 1. Visi Dan Misi PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan

Adapun visi dan misi dari PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Oloan Ummah Sidempuan adalah sebagai berikut:

###### a. Visi

Amanah Mensejahterakan Ummat

###### b. Misi

Adapun misi dari BPRS Oloan Ummah adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan pelayanan jasa perbankan syariah kepada masyarakat/ummah yang dapat memberikan manfaat terpercaya, khususnya kepada seluruh nasabah PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan dan masyarakat luas umumnya.
- 2) Melindungi dan meningkatkan investasi para pemegang saham.
- 3) Memberikan hasil kerja dan kesejahteraan yang layak didalam suasana/hubungan kerja yang harmonis pada para karyawan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan pada umumnya.
- 4) Membantu usaha pemerintah dalam upaya mencapai masyarakat yang adil dan makmur.

## 2. Produk PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan

Produk di PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan adalah sebagai berikut:

### a. Tabungan iB *Ummah*

Tabungan dalam bentuk simpanan dengan prinsip *wadi'ah* yang dapat disetor dan diambil kapan saja dengan mendapatkan bonus tiap bulan secara sukerela oleh PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan. Dengan setoran awal Rp. 50.000,- (lima puluh ribu rupiah) nasabah dapat membuka dan memiliki rekening tabungan iB *Ummah*.

### b. Deposito iB *Ummah*

Deposito *mudharabah* adalah jenis simpanan berjangka dengan akad bagi hasil dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan jangka waktu yang

disepakati. Deposito ini dikelola menggunakan prinsip *mudharabah* yang memberikan bagi hasil yang menarik dan menguntungkan. Pembukaan rekening deposito iB *Ummah* setoran minimal Rp.5.000.000 (lima juta rupiah).

c. Pembiayaan iB *Murabahah*

Adalah pembiayaan dengan prinsip jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati dengan pihak bank selaku penjual dan nasabah selaku pembeli.

d. Pembiayaan iB *Mudharabah*

Adalah akad pembiayaan dengan prinsip bagi hasil dengan jangka waktu 1s/d 3 tahun. Bank memberikan modal usaha kepada nasabah untuk dikelola. Keuntungan dibagi antara bank dan nasabah sesuai kesepakatan yang dituangkan didalam akad pembiayaan.

e. Pembiayaan iB- *Ijarah*

Ijarah disebut juga akad pemindahan hak guna atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri dengan tujuan memberikan fasilitas kepada nasabah yang membutuhkan manfaat atas barang atau jasa dengan pembayaran tangguh.

f. Pembiayaan iB Multijasa

Pembiayaan multijasa adalah kegiatan penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan akad ijarah antara lain dalam bentuk pelayanan pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan dan kepariwisataan. Kegiatan penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan *ijarah* untuk transaksi multijasa berlaku persyaratan paling kurang yaitudalam pembiayaan kepada nasabah yang menggunakan akad *ijarah* untuk transaksi multijasa, bank dapat memperoleh imbalan jasa (*ujrah*) yang harus disepakati di awal dan dinyatakan dalam bentuk nominal bukan dalam bentuk persentase.

3. Struktur organisasi

Struktur organisasi PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan tahun2015 adalah sebagai berikut :

- a. Dewan Komisaris : H. Amru Effendy Harahap
- b. Dewan pengawas syariah : H.Ahmad Syaukani  
Drs. Samsuddin
- c. Plt. Direktur : H. Amru Effendy Harahap
- d. Kep. Bag.Marketing : Erwina Siregar
- e. Kep.Bag.Operasional : Nining Sri Kurnia Ningsih
- f. Kep. Bag Umum : Meria Andelina Simamora
- g. Personalia : Meria Andelina Simamora
- h. Adm.Pembiayaan : Erwina Siregar

- i. Account Officer : Dedi Eka Nst  
Irsan  
Purnadi  
Sujari
- j. Accounting : Nining Sri Kurnia Ningsih
- k. Coustumer Service : Meria Andelina Simamora
- l. Teller : Nisa
- m. OB/Keamanan : Dedi Saputra.<sup>47</sup>

4. Lokasi dan pelayanan pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan

a. Lokasi

Lokasi PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan letaknya strategis, berada di pusat kota, dekat dengan pusat perbelanjaan.

b. Pelayanan

Salah satu yang menjadi ciri khas PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan adalah dari segi pelayanan. Nasabah yang hendak menabung atau membayar angsuran tidak perlu mengantri di kantor karena karyawan bank akan datang menjemput langsung kerumah nasabah atau sering disebut oleh karyawan bank dengan sistem jemput bola.

---

<sup>47</sup> Profil PT BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

## B. Uji Validitas dan Realibilitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS versi 17.0. Berikut hasil pengujian validitas :

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$  dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $55-2$  atau  $df=53$  dengan  $\alpha$  0,05 didapat  $r$  tabel 0,270, jika  $r$  hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item* pertanyaan total *correlation*) lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.1  
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Corrected Item Pertanyaan Total Corelation</i>	$r$ tabel	Keterangan
Lokasi	Item 1	0.326	0.270	Valid
	Item 2	0.261	0.270	Tidak Valid
	Item 3	0.413	0.270	Valid
	Item 4	0.373	0.270	Valid
	Item 5	0.330	0.270	Valid
	Item 6	0.363	0.270	Valid
	Item 7	0.368	0.270	Valid
	Item 8	0.350	0.270	Valid

	Item 9	0.417	0.270	Valid
	Item 10	0.410	0.270	Valid
Pelayanan	Item 1	0.453	0.270	Valid
	Item 2	0.510	0.270	Valid
	Item 3	0.573	0.270	Valid
	Item 4	0.338	0.270	Valid
	Item 5	0.509	0.270	Valid
	Item 6	0.304	0.270	Valid
	Item 7	0.419	0.270	Valid
	Item 8	0.435	0.270	Valid
	Item 9	0.399	0.270	Valid
	Item 10	0.194	0.270	Tidak Valid
Loyalitas Nasabah	Item 1	0.605	0.270	Valid
	Item 2	0.658	0.270	Valid
	Item 3	0.538	0.270	Valid
	Item 4	0.335	0.270	Valid
	Item 5	0.510	0.270	Valid
	Item 6	0.663	0.270	Valid
	Item 7	0.409	0.270	Valid
	Item 8	0.679	0.270	Valid
	Item 9	0.460	0.270	Valid
	Item 10	0.404	0.270	Valid

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan yang memiliki  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel (0,270) dan bernilai positif dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas :

Tabel 4.2  
Hasil Uji Reliabilitas Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.695	9

Tabel 4.3  
Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.760	9

Tabel 4.4  
Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.833	10

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian variabel lokasi, pelayanan dan loyalitas nasabah dapat dikatakan reliabel.

### C. Hasil Analisis Data

#### 1. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Metode pengujian ini dengan melihat *Value Inflation Factor* (VIF). Jika VIF lebih besar dari 5 maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya. Adapun hasil *output* uji multikolinearitas :

Tabel4.5  
Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-9.158	9.111		-1.005	.319		
LOKASI	.868	.191	.500	4.549	.000	.982	1.018
PELAYANAN	.571	.143	.438	3.981	.000	.982	1.018

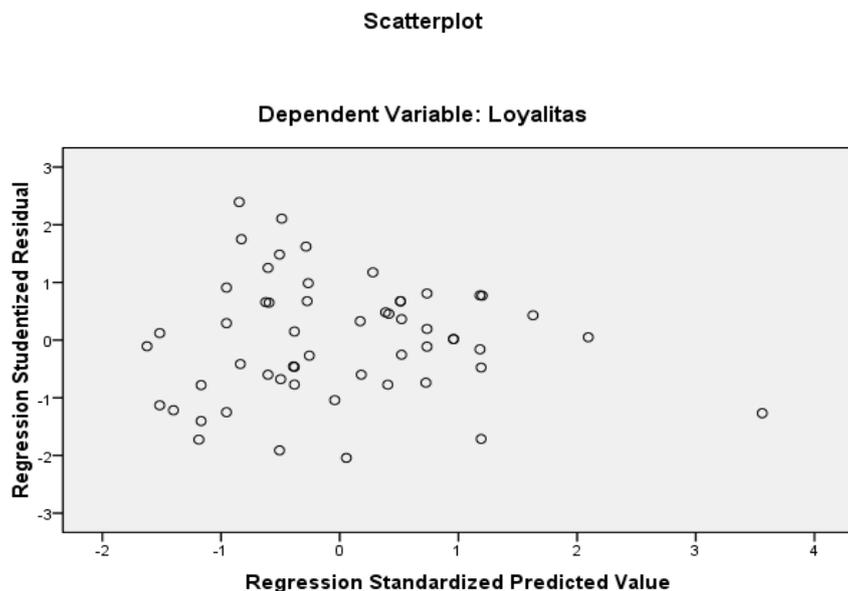
Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kedua variabel, yaitu lebih kecil dari 5, sehingga bisa diduga bahwa antarvariabel independen tidak terjadi persoalan multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Aturan yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

- 1) Jika penyebaran data *scatter plot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka terjadi problem heteroskedastisitas.
- 2) Jika penyebaran data pada *scatter plot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

Gambar 4.1  
Uji Heteroskedastisitas



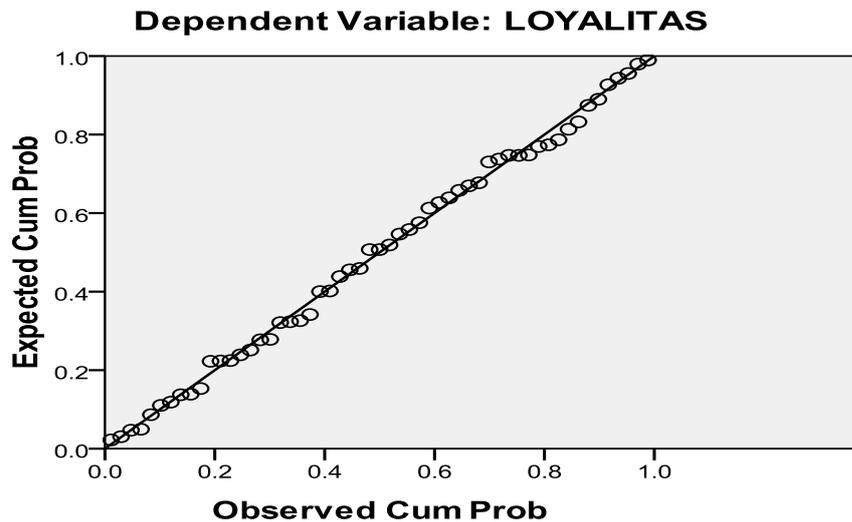
Dari hasil *output* diatas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal. Adapun uji normalitas dalam penelitian ini adalah :

Gambar 4.2  
Normal Probability Plot

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa residual data tersebut memenuhi asumsi normalitas karena pola penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus diagonal kurva.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearty* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.

Berikut hasil uji linearitas antara variabel lokasi dengan loyalitas dan pelayanan dengan loyalitas nasabah :

Tabel 4.6  
Uji linearitas variabel lokasi terhadap loyalitas

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
LOYALITA S * LOKASI	Between Groups	(Combined)	308.845	10	30.885	2.217	.034
		Linearity	179.480	1	179.480	12.885	.001
		Deviation from Linearity	129.365	9	14.374	1.032	.431
	Within Groups		612.900	44	13.930		
	Total		921.745	54			

Dari *output* diatas dapat diketahui bahwa signifikansi *linearity* antara lokasi dengan loyalitas nasabah sebesar 0,001. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan

bahwa antara variabel lokasi dengan loyalitas nasabah terdapat hubungan yang linear.

Tabel 4.7  
Uji linearitas pelayanan terhadap loyalitas

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
LOYALITAS * PELAYANAN	Between Groups	(Combined )	243.853	12	20.321	1.259	.278
		Linearity	126.471	1	126.471	7.836	.008
		Deviation from Linearity	117.382	11	10.671	.661	.766
		Within Groups	677.892	42	16.140		
		Total	921.745	54			

Dari *output* diatas dapat diketahui bahwa signifikansi *linearity* antara pelayanan dengan loyalitas nasabah sebesar 0,008. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara pelayanan dengan loyalitas nasabah terdapat hubungan yang linear.

## 2. Uji Koefisien determinasi

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (lokasi dan pelayanan) terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Hasil olahan statistik yang dibantu program SPSS 17.0 menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 38,3%, sedang yang 61,7% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti).

Tabel 4.8  
Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 <sup>a</sup>	.383	.359	3.308

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI

b. Dependent Variable: LOYALITAS

Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

### 3. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (lokasi dan pelayanan) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Adapun hasil analisis regresi *output* sebagai berikut :

Tabel 4.9  
Uji Hipotesis (Uji t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-9.158	9.111		-1.005	.319
LOKASI	.868	.191	.500	4.549	.000
PELAYANAN	.571	.143	.438	3.981	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

a. Pengujian koefisien regresi variabel lokasi

Hipotesis dalam pengujian ini, yaitu :

$H_0$  : Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap loyalitas nasabah

$H_a$  : Secara parsial ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap loyalitas nasabah.

Tingkat signifikansinya yaitu 5%, t hitung sebesar 4,549. Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$  atau  $55-2-1 = 52$  (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 2,007. Jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak. Karena nilai t hitung  $> t \text{ tabel}$  ( $4,549 > 2,007$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, secara parsial ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap loyalitas nasabah.

b. Pengujian koefisien regresi variabel pelayanan

Hipotesis dalam pengujian ini yaitu :

$H_0$  : Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah

$H_a$  : Secara parsial ada pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$ . Berdasarkan tabel diperoleh t hitung sebesar 3,981. Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha =$

5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$  atau  $55-2-1 = 52$  (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 2,007. Jika t hitung > t tabel maka  $H_0$  ditolak. Karena nilai t hitung > t tabel ( $3,981 > 2,007$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, secara parsial ada pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

#### 4. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (lokasi dan pelayanan) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Hipotesis dalam pengujian ini adalah :

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara lokasi dan pelayanan secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah.

$H_a$  : Ada pengaruh signifikan antara lokasi dan pelayanan secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah.

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ , df 1 (jumlah variabel-1) = 2 dan df 2 ( $n-k-1$ ) atau  $55-2-1 = 52$  (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen), hasil diperoleh untuk F tabel sebesar 3,175. Apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka  $H_0$  ditolak yang berarti ada pengaruh signifikan antara lokasi dan pelayanan secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah.

Tabel 4.10  
Hasil Uji F

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	352.856	2	176.428	16.127	.000 <sup>a</sup>
Residual	568.890	52	10.940		
Total	921.745	54			

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI

b. Dependent Variable: LOYALITAS

Hasil perhitungan didapat nilai F hitung 16,127 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan nilai F tabel sebesar 3,175. Hal ini berarti nilai F hitung > F tabel, selain itu nilai alpha atau signifikan juga menunjukkan angka dibawah 0,05 yaitu 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel lokasi dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

#### 5. Uji regresi berganda

Uji ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut ini adalah tabel hasil analisis berganda, sebagai berikut :

Tabel 4.11  
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-9.158	9.111		-1.005	.319
LOKASI	.868	.191	.500	4.549	.000
PELAYANAN	.571	.143	.438	3.981	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = -9,158 + 0,868X_1 + 0,571X_2$$

Angka-angka ini dapat diartikan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar -9,158; artinya jika variabel lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) nilainya adalah 0, maka loyalitas nasabah ( $Y$ ) nilainya negatif yaitu sebesar -9,158.
- b. Koefisien regresi variabel lokasi ( $X_1$ ) sebesar 0,868; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan lokasi mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas nasabah ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 86,8%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi dengan loyalitas nasabah, semakin naik nilai lokasi maka semakin naik pula loyalitas nasabah.
- c. Koefisien regresi variabel pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,571; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan pelayanan

mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 57,1%. Koefisien bernilai positif antara pelayanan dengan loyalitas nasabah, semakin naik nilai pelayanan maka semakin naik loyalitas nasabah.

#### **D. Pembahasan**

Dari hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui ada pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan koefisien regresi sebesar 4,549 untuk lokasi dan koefisien regresi sebesar 3,981 untuk pelayanan. Dari uji koefisien determinasi faktor lokasi dan pelayanan mampu mempengaruhi loyalitas sebesar 38,3% sedangkan sisanya 61,7% dipengaruhi faktor lain.

Hasil uji F menyatakan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama (secara *simultan*) antara variabel independen dengan variabel dependen. Lokasi dan Pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

Model regresi ini juga menunjukkan lulus dari uji asumsi klasik. Nilai VIF yang diketahui antar variabel independen tidak terdapat multikolinearitas. Untuk uji heterokedastisitas, grafik *scatter plot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu Y. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas. Sedangkan dari grafik *normal plot* sebaran data mengikuti garis diagonal yang menunjukkan pola distribusi normal. Berdasarkan uji asumsi klasik ini, model regresi ini cukup baik.

## **E. Keterbatasan Penelitian**

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

Di antara keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan penulis yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga dan dana penulis yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.
3. Dalam menyebarkan angket penulis tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
4. Penulis tidak mampu mengontrol semua nasabah dalam menjawab angket yang diberikan, apakah nasabah memang menjawab sendiri atau hanya asal menjawab.

Walaupun demikian, penulis 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**

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel lokasi ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan. Terlihat  $t$  hitung (4,549) >  $t$  tabel (2,007) yang berarti lokasi mempengaruhi loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.
2. Variabel pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan. Terlihat  $t$  hitung (3,981) >  $t$  tabel (2,007) yang berarti pelayanan mempengaruhi loyalitas nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

Dari kesimpulan di atas  $t$  hitung kedua variabel lebih besar dari  $t$  tabel, yang berarti bahwa lokasi dan pelayanan mempengaruhi loyalitas nasabah. Jika nilai lokasi dan pelayanan meningkat maka loyalitas nasabah juga akan meningkat.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Memberikan penyuluhan kepada masyarakat tentang produk-produk PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.
2. Meningkatkan teknologi yang akan mendukung dalam perkembangan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.
3. Meningkatkan pelayanan terhadap nasabah guna meningkatkan profesionalisme kerja para karyawan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.
4. Lebih menonjolkan lokasi perusahaan agar terlihat lebih jelas dan menambah kesan luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta : Sinar Grafika, 2008.
- Alsa, Asmadi, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2003.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : PT Rineka, Cipta, 2002.
- Basir, Cik, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah di Pengadilan Agama dan Mahkamah Syar`iyah*, Jakarta : Kencana, 2009.
- Griffin, Jill, *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan kesetiaan Pelanggan*, Diterjemahkan dari : Customer Loyalty : how to earn it, how to keep it, Jakarta : Erlangga, 2003.
- Hasibuan, Melayu S.P., *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana, 2010.
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Morisan, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta : Kencana, 2012.
- Perwataatmaja, Karnaen A. dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta : PT Dana Bhakti Prima Yasa, 1992.
- Priyatno, Duwi, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta : MediaKom, 2008.
- Robbins, Stephen P. dan Timothy, *Perilaku Organisasi*, Jakarta : Salemba Empat, 2008.
- Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Sigit, Triandaru dan Totok Budi Santoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : Salemba Empat, 2008.
- Subagyo, Joko, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung :Alfabeta, 2005.

————— , *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung :Alfabeta, 2006.

Sumitro, Warkum, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMUI & Takaful) di Indonesia*, Jakarta : PT Raja Grafindo, 1996.

Wahjono, Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010.

Wawancara dengan Account Officer PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.

<http://www.kemenkeu.go.id/Berita/bi-perbankan-syariah-berkembang-pesat>, di akses pada tanggal 13 Februari 2015.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

- I. Nama : Handayani  
Nim : 11 220 0057  
Tempat/tanggal lahir : Padangsidempuan, 14 Agustus 1993  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jln. Imam Bonjol Aek Tampang Gg.  
Teladan, No.16  
Agama : Islam  
No. Telp : 081377221826
- II. Nama Orangtua  
Nama Ayah : Mukhtar Siagian  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Nama Ibu : Lanna Hara Harahap  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Alamat : Jln. Imam Bonjol Aek Tampang Gg.  
Teladan, No. 16

## **RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. Tahun 1999-2005 : SDN 13/200205 Padangsidempuan
2. Tahun 2005-2008 : MTsN Padangsidempuan
3. Tahun 2008-2011 : MAN 2 Padangsidempuan
4. Tahun 2011-2015 : IAIN Padangsidempuan

## ANGKET PENELITIAN

### I. Identitas Responden

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjawab pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) :

1. Nama : ..... (boleh dikosongkan)
2. Jenis Kelamin : 1  Laki-laki      2  Perempuan
3. Pendidikan :
  1. SMP
  2. SMA
  3. SARJANA

### II. Ketentuan Umum

1. Lembar angket ini semata-mata bertujuan untuk memperoleh data sebagai bahan skripsi tentang Pengaruh Lokasi dan Proses Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan.
2. Pengisian dengan memberikan tanda ceklis (√) pada jawaban yang dianggap sesuai.

### 1. Variabel Lokasi

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Lokasi yang strategis memotivasi saya untuk menggunakan jasa PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan					
2	Lokasi kantor PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan mudah dijangkau dengan angkutan dari segala jurusan					
3	Lokasinya dekat dengan pusat perbelanjaan					
4	Lokasinya dekat dengan sarana umum seperti tempat beribadah					
5	Disekitar lokasi terdapat area parkir yang aman					
6	Saya merasa aman ketika melakukan transaksi di PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan					
7	Lokasi PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan berada di pusat kota Padangsidimpuan					
8	Lokasi PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan banyak dilalui orang sehingga dikenal banyak orang					
9	Saya bisa melakukan aktivitas lain (misalnya berbelanja, berobat dan lain-lain) sambil menabung di PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan					
10	Lokasi PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan terhindar dari macet					

## 2. Variabel Pelayanan

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Pelayanan yang diberikan kepada setiap nasabahnya cepat, tepat dan efisien					
2	PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan memberikan jaminan keamanan dana yang kita titipkan					
3	Para pegawai PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan melayani dengan ramah dan sopan					
4	Para pegawai cepat tanggap mengetahui apa yang diperlukan atau diinginkan nasabah					
5	Sistem jemput bola memudahkan dalam melakukan transaksi menabung dan membayar angsuran					
6	Pelayanan dilakukan sesuai jadwal jam kerja					
7	Para pegawai PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan sangat cekatan dan rapi dalam bekerja					
8	Para pegawai PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan menurut saya jujur dan bertanggung jawab					
9	Para pegawai PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan sangat komunikatif dan memberi penjelasan dengan lugas, tuntas dan lengkap					
10	Sistem antrian bertransaksi di PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan disiplin dan teratur					

### 3. Variabel Loyalitas

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Saya akan menceritakan keunggulan produk PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan kepada teman-teman saya					
2	Saya akan menyarankan teman atau saudara untuk menggunakan Produk PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan					
3	Saya ingin selalu bertransaksi di PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan					
4	Saya akan selalu mengikuti perkembangan produk PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan					
5	Saya akan tetap memilih produk dan jasa PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan walaupun muncul produk dan jasa baru bank lain					
6	Saya percaya bahwa produk di PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan sesuai dengan prinsip syariah					
7	Saya bersedia menggunakan produk atau jasa lain yang ditawarkan oleh PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan					
8	Saya percaya PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan selalu siap membantu nasabahnya					
9	Saya percaya bahwa pelayanan PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan paling cocok buat saya dibanding bank lain					
10	Saya akan memberikan masukan dan ide-ide positif kepada pihak PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan					

Lampiran 2

Hasil Uji Instrumen Variabel Lokasi (X1)

Hasil Uji Instrumen Variabel Pelayanan (X2)

Hasil Uji Instrumen Variabel Loyalitas (Y)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	total	No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	total	No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	total
1	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	44	1	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	44	1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	36	2	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	46	2	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45
3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	45	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	36	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	44	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	45
6	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38	6	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44	6	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	47
7	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43	7	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	37	7	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	45
8	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38	8	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	39	8	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
9	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	36	9	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	42	9	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
10	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42	10	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	39	10	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	43
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	11	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	39	11	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
12	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	47	12	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	45	12	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
13	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	40	13	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42	13	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	14	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46	14	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	45
15	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	15	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	44	15	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	45
16	4	5	4	3	5	4	5	3	3	5	41	15	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37	16	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	39
17	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42	17	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	17	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	18	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	43	18	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
19	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37	19	5	5	5	4	5	3	3	4	4	4	42	19	3	3	4	4	3	3	5	3	4	3	35
20	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39	20	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	43	20	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	46
21	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	37	21	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43	21	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
22	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	22	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	36	22	4	5	5	5	5	4	5	3	5	4	45
23	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39	23	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	45	23	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
24	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	41	24	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	43	24	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	45
25	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	40	25	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48	25	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48

<b>26</b>	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	36	<b>26</b>	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	40	<b>26</b>	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
<b>27</b>	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	35	<b>27</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42	<b>27</b>	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	34
<b>28</b>	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	37	<b>28</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	<b>28</b>	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	36
<b>29</b>	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	36	<b>29</b>	3	3	4	4	4	4	3	5	5	5	40	<b>29</b>	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	35
<b>30</b>	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38	<b>30</b>	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43	<b>30</b>	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
<b>31</b>	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	36	<b>31</b>	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	42	<b>31</b>	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
<b>32</b>	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43	<b>32</b>	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	42	<b>32</b>	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
<b>33</b>	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	<b>33</b>	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42	<b>33</b>	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	44
<b>34</b>	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	37	<b>34</b>	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37	<b>34</b>	4	2	5	4	4	3	5	3	4	4	38
<b>35</b>	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	43	<b>35</b>	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	34	<b>35</b>	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
<b>36</b>	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43	<b>35</b>	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	34	<b>36</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
<b>37</b>	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43	<b>37</b>	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	<b>37</b>	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
<b>38</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	<b>38</b>	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38	<b>38</b>	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
<b>39</b>	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	38	<b>39</b>	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	43	<b>39</b>	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	46
<b>40</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	<b>40</b>	5	4	5	3	5	4	4	4	5	5	44	<b>40</b>	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
<b>41</b>	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	41	<b>41</b>	4	4	4	3	3	5	4	3	3	4	37	<b>41</b>	4	5	5	4	3	5	5	5	4	5	45
<b>42</b>	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38	<b>42</b>	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	47	<b>42</b>	5	5	5	4	5	3	4	5	3	3	42
<b>43</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	<b>43</b>	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38	<b>43</b>	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	40
<b>44</b>	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	39	<b>44</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39	<b>44</b>	4	3	5	5	2	4	4	4	4	4	39
<b>45</b>	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38	<b>45</b>	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	36	<b>45</b>	4	2	4	4	3	4	5	3	4	2	35
<b>46</b>	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37	<b>46</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	<b>46</b>	4	3	4	4	5	5	5	5	5	3	43
<b>47</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42	<b>47</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	<b>47</b>	4	5	5	3	5	4	4	4	4	3	41
<b>48</b>	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	39	<b>48</b>	5	4	5	3	4	5	3	3	5	5	42	<b>48</b>	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
<b>49</b>	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	37	<b>49</b>	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	39	<b>49</b>	4	3	4	4	4	3	4	3	4	2	35
<b>50</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	<b>50</b>	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	43	<b>50</b>	4	3	4	5	5	3	4	4	4	4	40
<b>51</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42	<b>51</b>	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	39	<b>51</b>	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	39
<b>52</b>	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	40	<b>52</b>	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	41	<b>52</b>	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
<b>53</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	<b>53</b>	3	4	4	4	3	4	3	3	4	5	37	<b>53</b>	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	46
<b>54</b>	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	40	<b>54</b>	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	35	<b>54</b>	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	37
<b>55</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42	<b>55</b>	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	36	<b>55</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48

Lampiran 3

Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)

Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X2)

Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas (Y)

No	1	3	4	5	6	7	8	9	10	total	No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	total	No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	total
1	4	4	4	5	4	5	5	5	4	40	1	4	4	4	5	4	4	4	5	5	39	1	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48	
2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	33	2	5	5	5	5	5	4	5	4	4	42	2	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45
3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	40	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	32	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	40	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	45
6	4	4	4	4	2	4	4	4	4	34	6	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40	6	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	47
7	4	4	4	4	4	5	4	5	5	39	7	4	4	4	4	3	4	3	3	4	33	7	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	45
8	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34	8	4	5	3	4	4	3	4	4	4	35	8	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
9	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32	9	4	4	4	5	3	4	4	5	5	38	9	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
10	4	5	4	4	4	5	4	4	4	38	10	5	4	4	4	4	3	4	3	4	35	10	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	43
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	11	4	4	3	4	4	3	4	4	4	34	11	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
12	5	4	5	5	5	4	5	5	5	43	12	5	5	4	5	5	4	5	4	4	41	12	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
13	4	5	4	4	4	4	4	3	4	36	13	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38	13	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	14	5	5	5	4	4	4	4	5	5	41	14	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	45
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	15	4	5	5	4	5	5	4	4	4	40	15	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	45
16	4	4	3	5	4	5	3	3	5	36	15	4	4	4	3	3	3	4	4	4	33	16	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	39
17	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37	17	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	17	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	18	4	5	4	5	4	5	4	4	4	39	18	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
19	4	3	3	3	4	4	4	4	4	33	19	5	5	5	4	5	3	3	4	4	38	19	3	3	4	4	3	3	5	3	4	3	35
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	20	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38	20	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	46
21	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33	21	5	5	4	4	5	4	4	4	4	39	21	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
22	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	22	4	4	4	3	4	4	3	4	3	33	22	4	5	5	5	5	4	5	3	5	4	45
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	23	5	5	5	4	4	5	4	5	4	41	23	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
24	4	4	5	4	3	4	4	4	4	36	24	5	4	4	4	5	5	5	4	3	39	24	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	45
25	3	4	4	5	4	4	4	4	4	36	25	5	5	5	4	5	5	5	5	4	43	25	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	48

26	4	4	3	4	4	4	4	4	2	33	26	4	4	4	4	5	4	4	3	4	36	26	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
27	3	3	3	4	3	4	4	3	4	31	27	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38	27	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	34
28	4	3	4	4	4	4	4	3	3	33	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	28	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	36
29	3	4	4	4	4	3	4	3	3	32	29	3	3	4	4	4	4	3	5	5	35	29	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	35
30	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34	30	5	5	4	4	4	4	4	5	4	39	30	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	36
31	3	3	4	4	4	4	3	3	4	32	31	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39	31	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
32	4	4	5	4	4	4	4	5	4	38	32	4	5	5	3	5	4	4	4	4	38	32	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
33	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	33	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38	33	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	44
34	4	4	4	4	3	3	4	3	4	33	34	4	3	3	4	4	4	4	4	3	33	34	4	2	5	4	4	3	5	3	4	4	38
35	4	4	4	5	5	4	4	4	4	38	35	3	3	3	4	4	3	3	3	4	30	35	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
36	4	5	5	4	4	5	4	4	4	39	35	4	4	3	3	3	4	3	3	3	30	36	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
37	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38	37	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	37	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	38	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34	38	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
39	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33	39	4	4	4	3	5	5	5	4	4	38	39	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	46
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	40	5	4	5	3	5	4	4	4	5	39	40	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
41	4	4	5	4	3	4	4	4	4	36	41	4	4	4	3	3	5	4	3	3	33	41	4	5	5	4	3	5	5	5	4	5	45
42	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34	42	4	5	5	5	5	5	4	4	5	42	42	5	5	5	4	5	3	4	5	3	3	42
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	43	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34	43	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	40
44	5	3	3	4	4	4	4	4	4	35	44	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	44	4	3	5	5	2	4	4	4	4	4	39
45	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	45	3	4	4	4	4	4	3	3	3	32	45	4	2	4	4	3	4	5	3	4	2	35
46	4	3	3	3	4	4	4	4	4	33	46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	46	4	3	4	4	5	5	5	5	5	3	43
47	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	47	4	5	5	3	5	4	4	4	4	3	41
48	4	4	4	4	4	3	4	3	4	34	48	5	4	5	3	4	5	3	3	5	37	48	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
49	4	4	4	3	4	4	4	3	3	33	49	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34	49	4	3	4	4	4	3	4	3	4	2	35
50	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38	50	4	4	4	5	4	4	4	5	4	38	50	4	3	4	5	5	3	4	4	4	4	40
51	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	51	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34	51	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	39
52	5	4	3	4	4	4	4	3	4	35	52	4	4	4	4	4	4	4	3	5	36	52	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	53	3	4	4	4	3	4	3	3	4	32	53	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	46
54	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	54	4	4	4	3	3	4	4	3	3	32	54	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	37
55	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	55	4	4	3	3	3	4	4	4	3	32	55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48

Lampiran 4

**Titik Persentase Distribusi F Untuk Probabilita = 0.05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.5 1	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.1 3	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13

24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86

54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79

<b>84</b>	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
<b>85</b>	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
<b>86</b>	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
<b>87</b>	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
<b>88</b>	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
<b>89</b>	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
<b>90</b>	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Lampiran 5

Tabel r Product Moment

Pada Sig.0,05 (Two Tail)

N	R	N	r	N	r	N	r	N	r	N	R
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.950	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.210	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.150	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.150	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.170	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.170	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.200	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.250	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.240	105	0.190	145	0.162	185	0.144	225	0.130
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.130
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.130
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.160	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.160	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.230	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.140	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.140	235	0.127
36	0.320	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.180	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.220	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

## Lampiran 6

**Titik persentasi distribusi t**

Df	Pr	<b>0.25</b>	<b>0.1</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.05</b>	<b>0.001</b>
		<b>0.5</b>	<b>0.2</b>	<b>0.1</b>	<b>0.05</b>	<b>0.02</b>	<b>0.01</b>	<b>0.002</b>
1		1.000	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	318.309
2		0.817	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	22.327
3		0.765	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	10.215
4		0.741	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	7.173
5		0.727	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	5.893
6		0.718	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.208
7		0.711	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	4.785
8		0.706	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	4.501
9		0.703	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.297
10		0.700	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.144
11		0.697	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.025
12		0.695	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	3.930
13		0.694	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	3.852
14		0.692	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	3.787
15		0.691	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733
16		0.690	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	3.686
17		0.689	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.646
18		0.688	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.610
19		0.688	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.579
20		0.687	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.552
21		0.686	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.527
22		0.686	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.505
23		0.685	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.485
24		0.685	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.467
25		0.684	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450
26		0.684	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.435
27		0.684	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.421
28		0.683	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.408
29		0.683	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.396
30		0.683	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.385
31		0.682	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744	3.375
32		0.682	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738	3.365
33		0.682	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733	3.356
34		0.682	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728	3.348
35		0.682	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724	3.340
36		0.681	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719	3.333
37		0.681	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715	3.326
38		0.681	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712	3.319

39	0.681	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708	3.313
40	0.681	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.307
41	0.681	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701	3.301
42	0.680	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698	3.296
43	0.680	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695	3.291
44	0.680	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	3.286
45	0.680	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690	3.281
46	0.680	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687	3.277
47	0.680	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685	3.273
48	0.680	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682	3.269
49	0.680	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680	3.265
50	0.679	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678	3.261
51	0.679	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676	3.258
52	0.679	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674	3.255
53	0.679	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672	3.251
54	0.679	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670	3.248
55	0.679	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668	3.245
56	0.679	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667	3.242
57	0.679	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665	3.239
58	0.679	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663	3.237
59	0.679	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662	3.234
60	0.679	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.232
61	0.679	1.296	1.670	2.000	2.389	2.659	3.229
62	0.678	1.295	1.670	1.999	2.388	2.657	3.227
63	0.678	1.295	1.669	1.998	2.387	2.656	3.225
64	0.678	1.295	1.669	1.998	2.386	2.655	3.223
65	0.678	1.295	1.669	1.997	2.385	2.654	3.220
66	0.678	1.295	1.668	1.997	2.384	2.652	3.218
67	0.678	1.294	1.668	1.996	2.383	2.651	3.216
68	0.678	1.294	1.668	1.995	2.382	2.650	3.214
69	0.678	1.294	1.667	1.995	2.382	2.649	3.213
70	0.678	1.294	1.667	1.994	2.381	2.648	3.211
71	0.678	1.294	1.667	1.994	2.380	2.647	3.209
72	0.678	1.293	1.666	1.993	2.379	2.646	3.207
73	0.678	1.293	1.666	1.993	2.379	2.645	3.206
74	0.678	1.293	1.666	1.993	2.378	2.644	3.204
75	0.678	1.293	1.665	1.992	2.377	2.643	3.202
76	0.678	1.293	1.665	1.992	2.376	2.642	3.201
77	0.678	1.293	1.665	1.991	2.376	2.641	3.199
78	0.678	1.293	1.665	1.991	2.375	2.640	3.198
79	0.678	1.292	1.664	1.990	2.374	2.640	3.197
80	0.678	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639	3.195

## Lampiran 7

```

RELIABILITY
  /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 V
AR00008 VAR00009 VAR00010
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.
  
```

### Reliability

[DataSet1]

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	55	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.696	10

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	35.76	5.776	.326	.678
VAR00002	35.51	5.662	.261	.695
VAR00003	35.84	5.510	.413	.663
VAR00004	35.84	5.510	.373	.670
VAR00005	35.71	5.914	.330	.678
VAR00006	35.93	5.550	.363	.672
VAR00007	35.71	5.840	.368	.672
VAR00008	35.73	6.165	.350	.679
VAR00009	35.87	5.335	.417	.661
VAR00010	35.82	5.559	.410	.664

```

RELIABILITY
/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 V
AR00008 VAR00009 VAR00010
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

## Reliability

[DataSet1]

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	55	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	10

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	36.51	9.143	.453	.725
VAR00002	36.47	8.772	.510	.716
VAR00003	36.60	8.874	.573	.709
VAR00004	36.75	9.490	.338	.741
VAR00005	36.71	8.580	.509	.715
VAR00006	36.64	9.606	.304	.746
VAR00007	36.71	9.321	.419	.730
VAR00008	36.69	8.995	.435	.727
VAR00009	36.69	9.329	.399	.733
VAR00010	36.45	10.030	.194	.760

```

DATASET ACTIVATE DataSet1.
RELIABILITY
  /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 V
AR00008 VAR00009 VAR00010
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.

```

## Reliability

[DataSet1]

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	55	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	10

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	38.16	14.102	.605	.811
VAR00002	38.33	12.261	.658	.804
VAR00003	37.95	14.571	.538	.818
VAR00004	38.20	15.385	.335	.834
VAR00005	38.25	13.823	.510	.820
VAR00006	38.40	13.504	.663	.804
VAR00007	37.91	15.232	.409	.828
VAR00008	38.42	12.766	.679	.801
VAR00009	38.24	14.813	.460	.824
VAR00010	38.56	14.362	.404	.831

```

RELIABILITY
/VARIABLES=VAR00001 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 V
AR00009 VAR00010
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

## Reliability

[DataSet0]

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	55	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.695	9

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	31.53	4.735	.322	.678
VAR00003	31.60	4.467	.422	.658
VAR00004	31.60	4.541	.345	.675
VAR00005	31.47	4.884	.314	.679
VAR00006	31.69	4.514	.365	.671
VAR00007	31.47	4.735	.398	.665
VAR00008	31.49	5.032	.394	.672
VAR00009	31.64	4.236	.458	.649
VAR00010	31.58	4.655	.346	.674

```

NEW FILE.
RELIABILITY
  /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 V
AR00008 VAR00009
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.

```

## Reliability

[DataSet1]

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	55	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	9

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	32.27	8.091	.486	.731
VAR00002	32.24	7.665	.565	.717
VAR00003	32.36	7.939	.572	.718
VAR00004	32.51	8.588	.316	.756
VAR00005	32.47	7.624	.517	.724
VAR00006	32.40	8.615	.308	.757
VAR00007	32.47	8.254	.454	.736
VAR00008	32.45	8.030	.440	.738
VAR00009	32.45	8.660	.305	.757

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2.

```

### Regression

[DataSet0]

#### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PELAYANAN, LOKASI <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 <sup>a</sup>	.383	.359	3.308

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	352.856	2	176.428	16.127	.000 <sup>a</sup>
	Residual	568.890	52	10.940		

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI

b. Dependent Variable: LOYALITAS

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df
1	921.745	54
Total		

b. Dependent Variable: LOYALITAS

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-9.158	9.111			-1.005	.319		
	LOKASI	.868	.191	.500		4.549	.000	.982	1.018
	PELAYANAN	.571	.143	.438		3.981	.000	.982	1.018

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	LOKASI	PELAYANAN
1	1	2.992	1.000	.00	.00	.00
	2	.007	21.001	.01	.25	.62
	3	.002	43.759	.99	.75	.38

a. Dependent Variable: LOYALITAS

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2
  /SCATTERPLOT=(*SRESID , *ZPRED)
  /SAVE RESID.

```

## Regression

[DataSet0]

### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PELAYANAN, LOKASI <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 <sup>a</sup>	.383	.359	3.308

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI

b. Dependent Variable: LOYALITAS

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	352.856	2	176.428	16.127	.000 <sup>a</sup>
	Residual	568.890	52	10.940		
	Total	921.745	54			

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI

b. Dependent Variable: LOYALITAS

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-9.158	9.111		-1.005	.319
	LOKASI	.868	.191	.500	4.549	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	PELAYANAN	.571	.143	.438	3.981	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

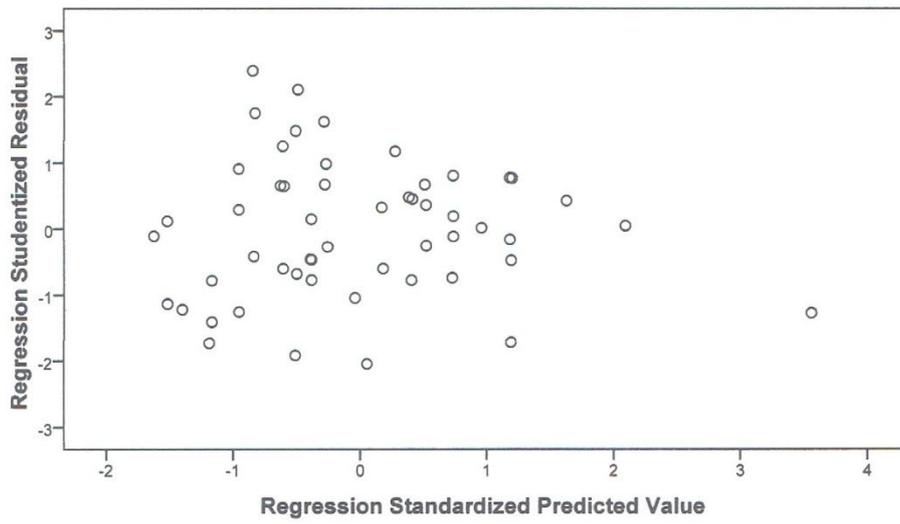
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	38.34	51.59	42.49	2.556	55
Std. Predicted Value	-1.624	3.560	.000	1.000	55
Standard Error of Predicted Value	.463	1.709	.744	.211	55
Adjusted Predicted Value	38.36	52.90	42.51	2.633	55
Residual	-6.634	7.674	.000	3.246	55
Std. Residual	-2.006	2.320	.000	.981	55
Stud. Residual	-2.042	2.393	-.002	1.011	55
Deleted Residual	-6.877	8.164	-.015	3.446	55
Stud. Deleted Residual	-2.109	2.512	.000	1.028	55
Mahal. Distance	.076	13.429	1.964	2.028	55
Cook's Distance	.000	.195	.021	.035	55
Centered Leverage Value	.001	.249	.036	.038	55

a. Dependent Variable: LOYALITAS

**Charts**

### Scatterplot

Dependent Variable: LOYALITAS



```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2
  /SCATTERPLOT=(*SRESID , *ZPRED)
  /RESIDUALS NORM(ZRESID) .

```

## Regression

[DataSet0]

### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pelayanan, Lokasi <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 <sup>a</sup>	.383	.359	3.308

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Lokasi

b. Dependent Variable: Loyalitas

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	352.856	2	176.428	16.127	.000 <sup>a</sup>
	Residual	568.890	52	10.940		
	Total	921.745	54			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Lokasi

b. Dependent Variable: Loyalitas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-9.158	9.111		-1.005	.319
	Lokasi	.868	.191	.500	4.549	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	Pelayanan	.571	.143	.438	3.981	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

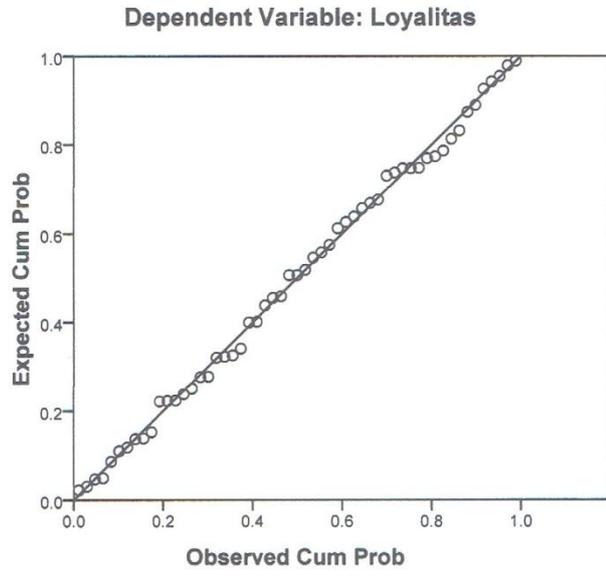
**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	38.34	51.59	42.49	2.556	55
Std. Predicted Value	-1.624	3.560	.000	1.000	55
Standard Error of Predicted Value	.463	1.709	.744	.211	55
Adjusted Predicted Value	38.36	52.90	42.51	2.633	55
Residual	-6.634	7.674	.000	3.246	55
Std. Residual	-2.006	2.320	.000	.981	55
Stud. Residual	-2.042	2.393	-.002	1.011	55
Deleted Residual	-6.877	8.164	-.015	3.446	55
Stud. Deleted Residual	-2.109	2.512	.000	1.028	55
Mahal. Distance	.076	13.429	1.964	2.028	55
Cook's Distance	.000	.195	.021	.035	55
Centered Leverage Value	.001	.249	.036	.038	55

a. Dependent Variable: Loyalitas

**Charts**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



```

DATASET ACTIVATE DataSet0.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2
  /CASEWISE PLOT(ZRESID) ALL
  /SAVE RESID.

```

## Regression

[DataSet0]

### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PELAYANAN, LOKAS <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 <sup>a</sup>	.383	.359	3.308

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI

b. Dependent Variable: LOYALITAS

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	352.856	2	176.428	16.127	.000 <sup>a</sup>
	Residual	568.890	52	10.940		
	Total	921.745	54			

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI

b. Dependent Variable: LOYALITAS

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients			
		B	Std. Error	t	Sig.
1	(Constant)	-9.158	9.111	-1.005	.319

a. Dependent Variable: LOYALITAS

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	LOKASI	.868	.191	.500	4.549	.000
	PELAYANAN	.571	.143	.438	3.981	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

**Casewise Diagnostics<sup>a</sup>**

Case Number	Std. Residual	LOYALITAS	Predicted Value	Residual
1	.047	48	47.84	.156
2	.460	45	43.48	1.522
3	.738	48	45.56	2.440
4	.117	39	38.61	.387
5	.018	45	44.94	.058
6	1.147	47	43.20	3.795
7	.438	45	43.55	1.450
8	-.408	39	40.35	-1.350
9	2.320	48	40.33	7.674
10	-.249	43	43.82	-.823
11	.146	42	41.52	.484
12	-1.086	48	51.59	-3.591
13	.665	46	43.80	2.200
14	-.155	45	45.51	-.512
15	.018	45	44.94	.058
16	-.588	39	40.94	-1.945
17	-.591	41	42.96	-1.955
18	-.112	44	44.37	-.371
19	-1.873	35	41.19	-6.194
20	.665	46	43.80	2.200
21	1.583	47	41.77	5.235
22	.963	45	41.81	3.187
23	.752	48	45.51	2.488
24	.190	45	44.37	.629
25	.407	48	46.65	1.346
26	.286	41	40.05	.947
27	-1.650	34	39.46	-5.458
28	-1.225	36	40.05	-4.053
29	-1.092	35	38.61	-3.613
30	-2.006	36	42.63	-6.634
31	.636	43	40.90	2.103
32	-.464	44	45.54	-1.536

a. Dependent Variable: LOYALITAS

**Casewise Diagnostics<sup>a</sup>**

Case Number	Std. Residual	LOYALITAS	Predicted Value	Residual
33	.323	44	42.93	1.069
34	-.103	38	38.34	-.340
35	.614	43	40.97	2.031
36	-.253	41	41.84	-.837
37	.356	45	43.82	1.177
38	-.761	39	41.52	-2.516
39	1.453	46	41.19	4.806
40	.795	47	44.37	2.629
41	1.226	45	40.94	4.055
42	-.709	42	44.35	-2.347
43	-.458	40	41.52	-1.516
44	-.671	39	41.22	-2.218
45	-1.362	35	39.51	-4.505
46	.891	43	40.05	2.947
47	-.764	41	43.53	-2.526
48	-.451	40	41.49	-1.492
49	-1.182	35	38.91	-3.911
50	-1.674	40	45.54	-5.536
51	-1.023	39	42.38	-3.384
52	.668	44	41.79	2.211
53	1.701	46	40.37	5.626
54	-.757	37	39.51	-2.505
55	2.043	48	41.24	6.758

a. Dependent Variable: LOYALITAS

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	38.34	51.59	42.49	2.556	55
Residual	-6.634	7.674	.000	3.246	55
Std. Predicted Value	-1.624	3.560	.000	1.000	55
Std. Residual	-2.006	2.320	.000	.981	55

a. Dependent Variable: LOYALITAS

MEANS TABLES=Y BY X1  
 /CELLS MEAN COUNT STDDEV  
 /STATISTICS LINEARITY.

**Means**

[DataSet0]

**Case Processing Summary**

	Cases				Total	
	Included	Excluded	N	Percent	N	Percent
LOYALITAS * LOKASI	55	0	55	100.0%	55	100.0%

**Report**

LOYALITAS	Mean	N	Std. Deviation
LOKASI	34.00	1	.
31	34.00	1	.
32	41.25	4	5.560
33	40.67	9	4.822
34	40.80	5	4.087
35	39.80	5	4.087
36	44.38	16	2.895
37	42.80	5	3.633
38	43.00	5	1.871
39	43.00	2	2.828
40	48.00	2	.000
43	48.00	1	.
Total	42.49	55	4.132

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
LOYALITAS * LOKASI	308.845	10	30.885	2.217	.034
Between Groups	179.480	1	179.480	12.885	.001
Linearly	129.365	9	14.374	1.032	.431
Deviation from Linearly	612.900	44	13.930		
Within Groups	921.745	54			
Total					

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
LOYALITAS * LOKASI	.441	.195	.579	.335

MEANS TABLES=Y BY X  
 /CELLS MEAN COUNT STDDEV  
 /STATISTICS LINEARITY.

**Means**

[DataSet0]

Case Processing Summary

	Cases					
	Included			Excluded		
	N	Percent	Total	N	Percent	Total
Loyalitas * Pelayanan	55	100.0%		0	.0%	55
						100.0%

Report

Loyalitas	Mean	N	Std. Deviation
Pelayanan			
30	42.00	2	1.414
32	41.50	4	6.455
33	42.40	5	3.578
34	39.00	5	2.550
35	41.13	8	4.086
36	41.00	5	3.082
37	40.00	1	.
38	42.56	9	5.077
39	44.29	7	4.071
40	45.67	3	1.155
41	47.00	3	1.732
42	43.50	2	2.121
43	48.00	1	.
Total	42.49	55	4.132

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas * Pelayanan	243.853	12	20.321	1.259	.278
Between Groups (Combined)	126.471	1	126.471	7.836	.008
Linearity	117.382	11	10.671	.661	.766
Deviation from Linearity	677.892	42	16.140		
Within Groups	921.745	54			
Total					

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Loyalitas * Pelayanan	.370	.137	.514	.265