



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN  
BERENCANA PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI  
CABANG PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

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

Oleh :

**HOTNIDA SARI RITONGA**

**NIM: 15 401 00040**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2020**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN  
BERENCANAPADA PT BANK SYARIAH MANDIRI  
CABANG PADANGSIDIMPUAN**

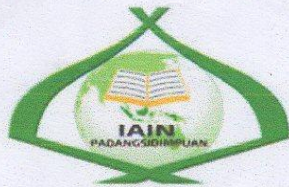
**SKRIPSI**

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

Oleh :

**HOTNIDA SARI RITONGA  
NIM: 15 401 00040**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN  
2020**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN  
BERENCANA PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI  
CABANG PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

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

Oleh :

**HOTNIDA SARI RITONGA**

**NIM: 15 401 00040**

**PEMBIMBING I**

**Muhammad Isa, ST., MM**  
**NIP. 198006052011011003**

**PEMBIMBING II**

**Rini Hayati Lubis, S.P.,MP**  
**NIP. 198704132019032011**

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

**2020**



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

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

Hal : Skripsi  
a.n **HOTNIDA SARI RITONGA**  
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 18 Agustus 2020  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **HOTNIDA SARI RITONGA** yang berjudul: "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan**", Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

**PEMBIMBING I**

**Muhammad Isa, ST.,MM**  
NIP. 198006052011011003

**PEMBIMBING II**

**Rini Hayati Lubis S.P.,MP**  
NIP. 198704132019032011

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **HOTNIDA SARI RITONGA**  
NIM : 15 401 00040  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
JudulSkripsi : **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan”.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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

Padangsidempuan, 18 Agustus 2020  
Saya yang Menyatakan,

  
**HOTNIDA SARI RITONGA**  
15 401 00040

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

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

Nama : HOTNIDA SARI RITONGA  
Nim : 15 401 00040  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidimpuan

Pada tanggal, 18 Agustus 2020



**HOTNIDA SARI RITONGA**

15 401 00040



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022


**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Nama** : HOTNIDA SARI RITONGA  
**Nim** : 15 401 00040  
**Fakultas/Jurusan** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
**Judul Skripsi** : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan

**Ketua**


**Sekretaris**


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

  
**Azwar Hamid, MA**  
NIP. 19860311 201503 1 005

**Anggota**

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

  
**Azwar Hamid, MA**  
NIP. 19860311 201503 1 005

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

  
**Rodame Monitorir Napitupulu, MM**  
NIP. 19841130 201801 2 001

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidempuan  
**Hari/Tanggal** : Kamis / 10 September 2020  
**Pukul** : 09.00 WIB s/d 12.00 WIB  
**Hasil/Nilai** : LULUS/73 (B-)  
**IPK** : 3.20  
**Predikat** : SANGAT MEMUASKAN

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI



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

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

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN  
PRODUK TABUNGAN BERENCANA PADA PT  
BANK SYARIAH MANDIRI CABANG  
PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : HOTNIDA SARI RITONGA**

**NIM : 15 401 00040**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

**Sarjana Ekonomi (SE)**

dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 29 September 2020  
Dekan,



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



## ABSTRAK

**NAMA : Hotnida Sari Ritonga**  
**NI M : 15 401 00040**  
**JUDUL SKRIPSI : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi jumlah nasabah pengguna produk tabungan berencana yang mengalami fluktuasi setiap tahunnya selama periode 2015-2019. Dimana pada tahun 2015-2016 jumlah nasabah menurun sebesar 2,32%, sedangkan pada tahun 2017 jumlah nasabah hanya meningkat sebesar 38,76%. Oleh karena fluktuasi tersebut tentu ada beberapa faktor yang memengaruhi keputusan nasabah memilih produk tabungan berencana sehingga jumlah nasabah setiap tahunnya mengalami perubahan tidak cenderung ke arah peningkatan yang berubah-ubah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh promosi, pelayanan, dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, pelayanan, dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dilakukan dengan menggunakan instrumen pengumpulan data yaitu angket, dengan jumlah sampel 51 responden. Selanjutnya pengolahan data yang dilakukan dengan SPSS Versi 23. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji linearitas, uji normalitas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), uji regresi linear berganda, Uji hipotesis (uji t dan uji F) dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Promosi ( $X_1$ ), tidak terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan berencana, terlihat dari nilai signifikan sebesar  $0.293 > 0.05$ . Pada variabel Pelayanan ( $X_2$ ), tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah, terlihat dari nilai signifikan sebesar  $0.999 > 0.05$ . Dan variabel bagi hasil ( $X_3$ ) terdapat pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah, terlihat dari nilai signifikan sebesar  $0.03 < 0.05$ . Sedangkan secara simultan, variabel promosi, pelayanan, dan bagi hasil secara bersama-sama terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah, terlihat pada hasil  $F_{hitung} = 3.113$  dan  $F_{tabel} = 2.81$  dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $3.113 > 2.81$ .

**Kata Kunci: Promosi, Pelayanan, Bagi Hasil, Keputusan Nasabah**

## KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul: **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan ”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga,

Bapak Dr. Anhar M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sumper Mulia Harahap selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, SEI., MA selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Muhammad Isa, ST.,MM selaku Pembimbing I dan Ibu Rini Hayati Lubis S.P.,MP selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.

7. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda Indra B. Ritonga dan Ibunda Samrina Harahap yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moral dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta adik saya Launa Ikhfa Ritonga, karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.
8. Para sahabat Siti Aisyah Siregar, Putri Sahriani , Riadoh Siregar, Siti Ena Aisyah Simbolon yang telah banyak membantu, menemani dan memberikan motivasi sampai dengan skripsi ini selesai.
9. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2015 khususnya rekan-rekan Jurusan Perbankan Syariah-1 yang selama ini telah berjuang bersama-sama dan semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

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

kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 2020  
Peneliti,

**HOTNIDA SARI RITONGA**  
**NIM. 15 401 00040**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	žad	ž	De (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	..’..	Apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

## 2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— و	ḍommah	U	U

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

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

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي.....!.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ي.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و.....	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 harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

### 4. Syaddah (Tasydid)

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

### 5. Kata Sandang

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

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 di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## **7. Penulisan Kata**

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

## **8. Huruf Kapital**

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

ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

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

## **9. Tajwid**

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

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

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH</b>	
<b>PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</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.....	10
F. Tujuan Penelitian .....	10
G. Manfaat Penelitian .....	11
H. Sistematika Pembahasan.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kerangka Teori.....	15
1. Keputusan Nasabah.....	15
a. Pengertian Keputusan Nasabah.....	15
b. Proses pengambilan keputusan .....	16
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah.....	17
a. Promosi .....	17
b. Tujuan Promosi .....	18
c. Promosi Dalam Perspektif Islam.....	18
d. Indikator Promosi.....	20
3. Pelayanan .....	22
a. Pengertian Pelayanan .....	22
b. Pelayanan Dalam Persepektif Islam.....	23
c. Dimensi Pelayanan.....	25
d. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik .....	27
e. Tujuan Pelayanan .....	29
4. Bagi Hasil.....	30
a. Pengertian Bagi Hasil.....	30
b. Hubungan Antara Promosi, Pelayanan, dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah.....	32
5. Penelitian Terdahulu .....	34

6. Kerangka Pikir .....	38
7. Hipotesis.....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	41
B. Jenis Penelitian.....	41
C. Populasi Dan Sampel .....	41
D. Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	45
1. Uji Validitas .....	45
2. Uji Reabilitas .....	45
3. Uji Asumsi Klasik .....	46
a. Uji Normalitas .....	46
b. Uji Linearitas .....	47
c. Uji Multikolinearitas .....	47
d. Uji Heteroskedastisitas .....	48
4. Uji Hipotesis.....	49
a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49
b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	49
c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	50
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri .....	53
2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri .....	56
B. Hasil Analisis Data .....	57
1. Hasil Uji Validitas .....	57
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	60
3. Hasil Uji Normalitas.....	61
4. Hasil Uji Linearitas .....	62
5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
a. Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65
6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
7. Hasil Uji Hipotesis .....	67
a. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	68
b. Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	69
c. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	70
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
D. Keterbatasan Penelitian.....	73
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kegiatan perekonomian suatu Negara selalu berkaitan dengan lalu lintas pembayaran uang, dimana industri perbankan mempunyai peranan yang sangat penting bagi perekonomian suatu negara. Kegiatan pokok bank yakni menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk modal usaha atau jenis pinjaman lainnya.

Dalam waktu terakhir muncul lembaga-lembaga keuangan berbasis syariah yang memiliki peranan penting dalam pengembangan ekonomi syariah di Indonesia, dimana perkembangannya mengalami peningkatan yang cukup pesat. Lembaga keuangan di Indonesia ada dua yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan bank syariah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya lembaga keuangan syariah terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Sebagai makhluk sosial, manusia hidup di dunia saling membutuhkan satu sama lainnya, manusia tidak mungkin dapat hidup sendiri, karena setiap individu tidak mungkin menyediakan dan mengadakan keperluannya tanpa melibatkan orang lain. Islam adalah salah satu agama yang praktis yang mengajarkan segala sesuatu yang baik dan bermanfaat bagi manusia, maka dari itu islam mengajarkan umatnya untuk selalu melakukan yang baik dan

bermanfaat kapan saja dan dimana saja. Islam juga mengajarkan bermuamalat yang baik bagi umatnya.

Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip yang ada dalam ajaran islam, dan berfungsi sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat, atau sebagai perantara keuangan.<sup>1</sup>

Bank syariah juga sebagai lembaga intermediasi antara pihak investor yang menginvestasikan dananya di bank, kemudian bank tersebut akan menyalurkan dana yang telah investor berikan kepada pihak yang membutuhkan dana. Investor yang menempatkan dananya akan mendapatkan bagi hasil atau keuntungan lainnya atas apa saja yang telah diinvestasikannya berdasarkan hukum Islam.

PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan tidak hanya merupakan satu-satunya bank syariah di Padangsidimpuan. Jadi masih ada pesaing bank ini yang berlandaskan syariah di Padangsidimpuan. Produk dan jasa yang ditawarkan oleh PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan sangat banyak dan bervariasi. Salah satu produk yang ditawarkan oleh bank ini adalah tabungan berencana.

Bentuk produk penghimpunan dana yang ada pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan adalah tabungan berencana dan tabungan investasi cendekia. Tabungan berencana merupakan tabungan berjangka yang

---

<sup>1</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fqih dan keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 142.

memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan. Sedangkan tabungan investasi cendekia adalah tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

Produk tabungan berencana seharusnya banyak diminati oleh masyarakat karena sistem bagi hasil yang diberikan pihak bank kepada nasabah sangat tinggi. Tetapi, data di lapangan yang didapat oleh peneliti tidak sesuai dengan apa yang diharapkan PT. Bank Syariah Mandiri cabang Padangsidimpuan. Dimana jumlah nasabah tabungan berencana mengalami fluktuasi terlihat pada tabel yang diperoleh dari PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.

Dari data yang diperoleh peneliti menyatakan bahwa jumlah nasabah tabungan berencana Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan mengalami penurunan. Data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel I.1**  
**Jumlah Nasabah Tabungan Berencana 2015-2019**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>	<b>Persen</b>
2015	17 Nasabah	14,66
2016	14 Nasabah	2,32
2017	64 Nasabah	32,76
2018	34 Nasabah	20,26
2019	51 Nasabah	30

*Sumber: PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2015-2016 jumlah nasabah produk tabungan berencana mengalami penurunan sebesar 2,32 persen, dan pada tahun 2017-2018 jumlah nasabah produk

tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan mengalami penurunan sebesar 20,26 persen dengan jumlah sebanyak 30 nasabah.

Pengambilan keputusan oleh konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya. Begitu juga dengan PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan, berdasarkan hasil wawancara saya dengan *Customer Service* (Fatma) untuk meningkatkan jumlah pengguna produk mereka, pihak PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan melakukan promosi yang baik dengan cara melakukan promosi di media-media *Online*, brosur, reklame, serta grebek pasar dan memberikan pelayanan prima kepada para nasabah dengan melakukan 3 S (Senyum, Salam, Sapa).<sup>2</sup>

Tetapi dalam prakteknya produk tabungan berencana ini kurang diminati nasabah karena kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap produk-produk tersebut. Seperti yang dikatakan salah satu nasabah (Ibu Roma) mengatakan dia tidak mengetahui adanya produk tabungan berencana di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.<sup>3</sup> Dan menurut salah satu nasabah tabungan berencana PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan (Ibu Sumantri) mengatakan dia memilih produk tabungan berencana karena untuk kepentingan pendidikan anak-anak nya di masa yang

---

<sup>2</sup>Wawancara dengan Customer Service (Fatma), Rabu 21 Agustus 2019, Jam 14.30 WIB.

<sup>3</sup>Wawancara dengan Roma, Jalan melati, Kamis 22 Agustus 2019. Jam 16. 03 WIB.



akan datang namun dalam kualitas pelayanan masih kurang memuaskan karena kurangnya fasilitas tempat duduk.<sup>4</sup>

Menurut A. Hamdani

Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai kebutuhan dan keinginannya.<sup>5</sup> Selain itu juga adanya promosi, masyarakat dapat memperoleh informasi dan akan tertarik dengan sejumlah penawaran yang menggiurkan.

Sedangkan menurut data di lapangan promosi yang dilakukan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan sudah maksimal, tetapi masih ada nasabah yang tidak mengetahui tentang produk tabungan berencana.

Menurut Malayu S.P Hasibuan

Kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. 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>6</sup>

Menurut Yalisma Dewi

pada penelitiannya yang berjudul pengaruh nilai taksiran, biaya-biaya, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas syariah (Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta) menyatakan bahwa "faktor nilai taksiran dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan faktor biaya-biaya dan promosi secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah".

---

<sup>4</sup>Wawancara dengan nasabah PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan (Ibu Sumantri), Kamis 29 Agustus 2019, jam 14:20 WIB.

<sup>5</sup>Danang Suntoyo, dasar-dasar manajemen pemasaran (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 154.

<sup>6</sup>Malayu S.P. Hasibuan, dasar-dasar perbankan (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

Menurut data di lapangan hasil wawancara dengan nasabah PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan pelayanan yang diberikan bank kurang memuaskan karena kurangnya fasilitas tempat duduk.

Menurut Abdurrahman

Jumlah pendapatan yang diterima nasabah berdasarkan pemberian laba yang dihasilkan bank, bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan, jika tidak mendapatkan keuntungan maka kerugian ditanggung oleh kedua belah pihak, yaitu bank dan nasabah.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dalam promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi para perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau pemasaran produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.<sup>7</sup>

Pada setiap perusahaan promosi, pelayanan, dan bagi hasil adalah kunci sukses untuk meningkatkan jumlah nasabah. Jika ketiga poin efektif maka jumlah nasabah meningkat dan sebaliknya. Orientasi nasabah memilih lembaga keuangan saat ini tidak lagi karena antara aktivitas nasabah dan kantor perusahaan, akan tetapi nasabah menginginkan kemudahan dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

Bentuk produk penghimpunan dana Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan adalah tabungan berencana dan tabungan investasi cendekia. Tabungan berencana merupakan tabungan berjangka yang

---

<sup>7</sup>Danang suntoyo, dasar-dasar manajemen pemasaran (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 154.

memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

Data tersebut menggambarkan suatu permasalahan di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan seperti yang telah diuraikan pada paragraf sebelumnya terjadi penurunan nasabah. Jumlah nasabah yang menurun berdasarkan keterangan di atas disebabkan oleh beberapa poin seperti produk-produk yang ditawarkan belum diketahui nasabah sepenuhnya dan pelayanan yang belum optimal.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti ingin meneliti lebih lanjut sejauh mana permasalahan keputusan nasabah dalam meneliti produk tabungan berencana, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas maka ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan berencana PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan yaitu sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan jumlah nasabah tabungan berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan
2. Promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan belum memberikan hasil yang memuaskan.

3. Pemberian pelayanan yang diberikan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan terhadap nasabah kurang maksimal
4. Lokasi yang tidak memadai sehingga nasabah kekurangan tempat duduk
5. Kurangnya pengetahuan nasabah mengenai teknologi pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan
6. Adanya nisbah dan bagi hasil terhadap tabungan berencana

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti membatasi permasalahan agar tidak meluas dan tetap fokus pada permasalahan yang diteliti yaitu variable bebas pada penelitian ini adalah Promosi ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ), dan bagi hasil ( $X_3$ ), sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah keputusan nasabah ( $Y$ ).

### **D. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah defenisi yang didasarkan atas sifat-sifat yang akan didefinisikan agar dapat diamati dan di observasi. Untuk menghindari kesalahpahaman istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka dibuatlah definisi operasional variabelnya untuk menerangkan beberapa istilah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Promosi (X <sub>1</sub> )	Promosi adalah daya tarik untuk memberikan informasi mengenai tabungan terhadap nasabah terutama di tabungan berencana di bank syariah mandiri	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan</li> <li>2. Promosi penjualan</li> <li>3. Publisitas</li> <li>4. Penjualan pribadi</li> </ol>	Ordinal
2.	Pelayanan (X <sub>2</sub> )	Kegiatan memenuhi kebutuhan nasabah dalam memberikan kepuasan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukti fisik</li> <li>2. keandalan</li> <li>3. daya tanggap</li> <li>4. jaminan</li> <li>5. perhatian</li> </ol>	Ordinal
3.	Bagi hasil (X <sub>3</sub> )	Bagi hasil adalah keuntungan yang diberikan bank kepada nasabah atas dana yang diinvestasikan dalam tabungan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. nisbah bagi hasil</li> <li>2. biaya</li> <li>3. nisbah keuntungan</li> </ol>	Ordinal
4.	Keputusan (Y)	Keputusan merupakan perilaku nasabah dalam proses memilih sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan masalah</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternative</li> <li>4. Keputusan nasabah memilih produk</li> <li>5. Keputusan terhadap produk yang dipilih</li> </ol>	Ordinal

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh Promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara parsial?
2. Apakah terdapat pengaruh Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara parsial?
3. Apakah terdapat pengaruh Bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara parsial?
4. Apakah Promosi, Pelayanan dan Bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan Tabungan Berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan Secara simultan?

### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara Parsial.

2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara parsial.
4. Untuk mengetahui promosi, pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan berencana PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

#### **G. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

2. Bagi Akademik

Untuk menambah wawasan dan sumber informasi bagi peneliti - peneliti yang akan datang serta dapat memberi kontribusi keilmuan. Menjadi sumber referensi bagi Mahasiswa dan Mahasiswi IAIN padangsidempuan, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

### 3. Bagi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan

Untuk bahan masukan dan bahan kajian kepada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang padangsidempuan tentang apa saja yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan tabungan berencana ini khususnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 4. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan nasabah terhadap tabungan berencana dan untuk mengetahui faktor apa saja yang membuat nasabah memilih keputusan untuk memilih suatu produk khususnya tabungan berencana.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan skripsi ini terdiri dari lima bab dan beberapa pasal, agar pembaca lebih mudah memahami isinya maka akan dituliskan lebih detail sebagai berikut:

Bab pertama yaitu pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, definisi operasional variabel, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Latar belakang masalah terdapat penjelasan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan, dan beberapa faktor yang diteliti peneliti dalam melakukan keputusan nasabah yaitu nilai promosi, pelayanan, bagi hasil, dan di lanjutkan dengan identifikasi



masalah yang terdapat lima identifikasi dan itu sudah dibatasi dengan batasan masalah serta dibarengi dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan definisi operasional.

Bab kedua yaitu landasan teori, di dalamnya terdiri dari beberapa pasal yang meliputi: kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis. Di dalam kerangka teori dibahas beberapa teori yang akan di analisis seperti teori promosi, pelayanan, dan bagi hasil, dan keputusan nasabah serta didukung dengan teori-teori pendukungnya, dan dilanjutkan dengan penelitian terdahulu dan di dukung oleh kerangka pikir yang membahas teori tentang hubungan variabel bebas dan variabel terikat serta dilanjutkan dengan hipotesis.

Bab ketiga yaitu komponen metode penelitian, di dalamnya terdiri dari: lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, Instrument pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data. Di dalam metode penelitian, peneliti mencantumkan lokasi penelitian ini dan waktu penelitian dilaksanakan serta jenis penelitian berupa kuantitatif dan memiliki populasi dan sampel, dan penelitian ini dilakukan dengan penyebaran angket, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul maka selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian ini.

Bab keempat yaitu komponen hasil penelitian, terdiri dari deskriptif data, pengujian hipotesis dan pembahas hasil penelitian. Secara

umum, sub bahasan yang ada dalam hasil penelitian adalah membahas tentang penelitian mulai dari pendeskripsian, data yang akan diteliti secara rinci, kemudian akan melakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis data yang sudah dicantumkan dalam bab III sehingga diperoleh hasil analisis yang dilakukan dan membahas tentang hasil yang diperoleh.

Bab kelima yaitu penutup, di dalamnya terdiri dari dua pasal yang meliputi: kesimpulan dan saran-saran yang dianggap perlu dalam penelitian ini, dikatakan perlu mencantumkan kesimpulan dan saran, karena perlu untuk pengembangan bagi pihak PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan dan meliputi antisipasi bagi peneliti selanjutnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Keputusan Nasabah

###### a. Pengertian keputusan nasabah

Keputusan dipandang sebagai proses karena terdiri atas sebuah aktivitas yang berkaitan dan tidak hanya dianggap sebagai tindakan yang bijaksana.<sup>8</sup> Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Keputusan merupakan pilihan tentang tujuan termasuk pilihan tentang cara untuk mencapai tujuan itu, baik secara perorangan maupun secara kolektif.

Dibalik suatu keputusan terdapat unsur prosedur yaitu pertama-tama pembuat keputusan mengidentifikasi masalah, mengklarifikasi tujuan-tujuan khusus yang diinginkan, memeriksa berbagai kemungkinan untuk menetapkan pilihan tindakan. Karena keputusan didasarkan atas fakta dan nilai. Pilihan yang dijatuhkan pada alternatif itu harus memberikan kepuasan karena kepuasan merupakan salah satu aspek paling penting dalam keputusan.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Terjemahan) Adi Maulana, Wibi Hardani (Jakarta: PT. Mancaman Jaya Cemerlang, 2007), hlm. 485.

<sup>9</sup>Kadarsah Surayadi & M. Ali Ramdhani, *system pendukung keputusan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 14-15.

b. Proses pengambilan keputusan

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan antara dua atau lebih alternatif tindakan (perilaku). Keputusan selalu mensyaratkan pilihan antara beberapa perilaku yang berbeda.<sup>10</sup> Inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.

Tidak semua situasi pengambilan keputusan konsumen menerima atau membutuhkan tingkat pencarian informasi yang sama. Jika semua keputusan pembelian membutuhkan usaha yang besar, maka pengambilan keputusan akan membutuhkan waktu dan proses yang melelahkan. Suasana hati juga sangat penting dalam pengambilan keputusan, suasana hati dapat dikatakan sebagai keadaan perasaan atau keadaan jiwa. Suasana hati penting karena mempengaruhi setiap kegiatan dan apa yang dilakukan oleh konsumen.<sup>11</sup>

Sekalipun tidak mudah untuk mengambil suatu keputusan dalam berbagai kondisi yang dihadapi, tetapi keputusan harus tetap diambil dalam setiap kegiatan yang dilakukan organisasi. Sebuah keputusan merupakan pilihan yang dibuat dari sejumlah alternatif

---

<sup>10</sup>Nugroho J. setiadi, *perilaku konsumen* (Jakarta: kencana, 2010), hlm. 331.

<sup>11</sup>Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Op.Cit.*, hlm. 458-491.

yang ada. Dan keputusan yang dipilih haruslah sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta keputusan tersebut bisa memenuhi kebutuhan hidupnya.

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah**

### **a. Promosi**

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.<sup>12</sup>

Menurut Nur Rianto Al Arif promosi merupakan “kegiatan *Marketing Mix*. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang paling penting. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung”.<sup>13</sup>

Menurut Kasmir “promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis

---

<sup>12</sup>Danang sunyoto, *dasar-dasar manajemen pemasaran* (Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2012) hlm. 154.

<sup>13</sup>Nur Rianto Al Arif, *dasar-dasar pemasaran bank syariah* (Bandung: Alfabeta 2012), hlm. 169.

produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru”.<sup>14</sup>

b. Tujuan promosi

Tujuan dari promosi adalah sebagai berikut:

- a) Memberikan informasi karena ada banyak hal mengenai perusahaan yang sebaiknya diketahui oleh pihak luar.
- b) Meningkatkan penjualan.
- c) Agar perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang baik.
- d) Memberikan informasi mengenai kelebihan perusahaan/produk atau jasa terhadap perusahaan penting.

Berdasarkan paparan di atas, secara garis besar tujuan promosi dapat dibagi menjadi dua, yaitu tujuan jangka panjang (misalnya: membangun nama baik perusahaan, mendidik konsumen, dan menciptakan reputasi tinggi dari suatu produk) dan tujuan jangka pendek (misalnya: meningkatkan penjualan, mengumumkan lokasi agen dan mengumumkan perusahaan/penyempurnaan produk).<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Kasmir, *pemasaran bank* (Jakarta: kencana, 2010), hlm. 155-156.

<sup>15</sup>M. mursid, *manajemen pemasaran* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 95.

c. Promosi dalam perspektif Islam

Hukum melakukan jenis promosi yang sesuai dengan kenyataan adalah mubah atau diperbolehkan, terutama jika dalam promosi yang dilakukan terdapat usaha yang menginformasikan kepada nasabah akan detail barang maupun jasa yang akan dibeli. Para ulama memperbolehkan pekerjaan promosi, begitu juga pekerjaan ini sudah turun menurun dilakukan oleh umat Islam dari masa ke masa dan tidak ada seorang ulama pun yang melarang. Di dalam promosi terdapat unsur menunjukkan kelebihan produk. Demikian pula nilai kebenarannya harus dijunjung tinggi untuk mempertahankan suatu tujuan luhur dari bisnis, diantaranya dapat dilihat pada Al-quran Surah Yusuf ayat 55:

عَلِيمٌ حَفِیْظٌ اِنِّیْ اَلْاَرْضِ خَزَائِنِ عَلٰی اَجَعَلَنِیْ قَالَ

Artinya: berkata Yusuf: “ Jadikanlah aku bendaharawan Negara (Mesir); Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan”.<sup>16</sup>

Berdasarkan ayat yang digaris bawah dapat dijelaskan bahwa dalam melakukan promosi yang baik haruslah sesuai dengan kenyataan dan tidak boleh berlebih-lebihan. Di dalam promosi yang baik dan tidak memanipulasi diperbolehkan dalam Islam, karena promosi nasabah akan mengetahui bagaimana kualitas

---

<sup>16</sup>Dapartemen RI, *Al-quran dan terjemahannya* (Arab Saudi: komplek percetakan Al-quran Raja Farhd. 1971), hlm. 242.

produk dan jasa yang ditawarkan. Dapat disimpulkan bahwa dalam menyampaikan sesuatu haruslah sesuai dengan kebenaran, mengatakan apa yang benar-benar apa yang akan disampaikan dan mengatakan hukum secara adil.

d. Indikator Promosi

Terdapat empat indikator promosi yang dapat digunakan

a) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik dan memengaruhi calon nasabahnya. Periklanan digunakan untuk menanam citra jangka panjang dan suatu cara yang efisien untuk mencapai sejumlah calon nasabah yang berada di pusat kota, pinggiran kota sampai dengan wilayah pedesaan.<sup>17</sup>

b) Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik

---

<sup>17</sup>M. Nur Rianto Al-Arif, *dasar-dasar ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2000), hlm. 246.



untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.

c) Publisitas (*Publicity*)

Promosi ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis, serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.

Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimana para nasabahnya, baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu, kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.<sup>18</sup>

d) Penjualan Pribadi (*personal selling*)

Promosi *personal selling* merupakan cara yang paling efektif untuk memberikan informasi kepada nasabah/konsumen, menanamkan pilihan pembeli, keyakinan pembeli dan tindakan pembeli pada tingkat tertentu dalam proses pembelian.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup>Kasmir, *Op. Cit*, hlm.248.

<sup>19</sup>M. Nur Rianto Al-Arif, *Op., Cit*. hlm.171.

### 3. Pelayanan

#### a. Pengertian pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan produk fisik.

Menurut Kasmir pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.<sup>20</sup>

Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah atau kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan yang bersifat tidak terwujud dan tidak dapat dimiliki.<sup>21</sup>

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah tindakan yang sangat penting yang diberikan suatu perusahaan kepada konsumen merasa puas dan merasa senang terhadap perusahaan tersebut.

Pelayanan (*Service*) adalah melakukan sesuatu bagi orang lain, dalam literatur manajemen setidaknya ada 4 lingkup defenisi *service*, yaitu:

- 1) *Service* menggambarkan berbagai subsektor dalam kategori aktivitas ekonomi seperti transportasi, finansial,

---

<sup>20</sup>Kasmir, *etika costumer service* (Jakarta: PT Raja Gravindo Persada, 2008), hlm. 15.

<sup>21</sup>M. Nur Rianto Al-arif, *dasar-dasar pemasaran bank syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 21.

perdagangan ritel, *personal service*, kesehatan, pendidikan dan layanan publik.

- 2) Dipandang sebagai produk *intangible* yang hasilnya lebih berupa aktivitas berupa objek fisik, meskipun dalam kenyataannya bisa saja produk fisik dilibatkan, ruang lingkungannya adalah tawaran produk.
- 3) *Service* merefleksikan proses yang mencakup penyampaian produk utama, interaksi personal, kerja serta pengalaman layanan.
- 4) *Service* bisa pula dipandang sebagai sistem yang terdiri atas dua komponen yang utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak atau diketahui pelanggan.

b. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Mengenai pelayanan dalam hubungannya dengan kerja atau bisnis. Islam telah mengatur bahwa setiap orang maupun organisasi perusahaan wajib memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik. Pelayanan yang berkualitas harus dimulai dengan karyawan yang mengerti akan kebutuhan pelanggan. Islam juga mengajarkan apabila ingin memberikan atau menawarkan hasil usaha, baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas, seperti

yang dijelaskan dalam Al-quran surah Ali' Imran ayat 159  
yaitu:

Adapun ayat yang menjelaskan pelayanan terdapat pada Q.S  
Ali Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ  
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ  
اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah –lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, memohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.<sup>22</sup>

Berdasarkan ayat yang digaris bawah di atas, Allah SWT memuji nabi Muhammad karena sikapnya yang lemah lembut, tidak lekas marah kepada umat-Nya yang tengah dituntut dan didiknya iman mereka lebih sempurna. Namun demikian, kesalahan beberapa orang yang meninggalkan tugasnya karena laba akan harta itu, namun Rasulullah

<sup>22</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 75.

tidaklah marah-marah saja, melainkan dengan jiwa besar mereka dipimpin.<sup>23</sup>

Dalam memberikan pelayanan harus memiliki etika yang baik. Karena hanya dalam memberikan pelayanan yang memuaskan akan menarik simpatik nasabah dalam membeli produk-produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Perusahaan dituntut dalam setiap memberi pelayanan kepada nasabah harus sesuai dengan harapan mereka. Apabila perusahaan tidak mampu memberikan rasa aman kepada nasabah maka nasabah akan berpindah ke perusahaan lain, sehingga setiap karyawan di dalam suatu perusahaan harus memiliki etika dan pengetahuan dalam pemberian pelayanan yang baik.

c. Dimensi pelayanan

Ada lima dimensi pokok dalam pemberian kualitas pelayanan, yaitu:

1) Bukti fisik (*Tangible*)

Bukti fisik berkenaan dengan penampilan fisik, fasilitas pelayanan peralatan, perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada eksternal penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya yang meliputi seperti gedung, tempat duduk nasabah,

---

<sup>23</sup>Prof. Dr. Hamka, *Tafsir al-azhar* (Jakarta: pustaka panjimas, 1980), hlm. 129.

kenyamanan didalam gedung atau bahkan penampilan dari para karyawan perusahaan.

1) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah tanpa adanya kesalahan, sikap yang empati dan simpatik serta dengan akurasi yang tinggi.

2) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap adalah kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.

3) Jaminan (*Asurance*)

Jaminan berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan kepada perusahaan. Jaminan yang dapat diberikan berupa cara berkomunikasi, memberikan keamanan dan rasa sopan santun.

4) Perhatian (*Emphaty*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang memberikan pada pelanggan dengan berupa memahami keinginan konsumen. Berempati harus

aktif mendengar sambil berfikir tentang alternatif tindakan apa yang secepatnya akan diambil. Bukankan pelanggan tidak raja lagi? Mereka bukan tidak mungkin bisa salah. Bagaimanapun mereka penting. Maka seorang pelayan digaris depan harus dibekali teori mengambil keputusan dan memecahkan masalah. Pelayanan tidak boleh hanya sebagai tukang tampung masalah, tapi bisa juga menyelesaikan persoalan pelanggan dan mengambil keputusan yang tepat. Tentunya dalam batas-batas yang diberikan.<sup>24</sup>

d. Ciri-ciri pelayanan yang baik

Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik, yaitu:

Dalam praktiknya pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama, untuk itu berikut ini beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani konsumen atau nasabah yaitu:

- 1) Tersedianya karyawan yang baik, artinya kenyamanan nasabah sangat bergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar.

---

<sup>24</sup>Rambat Lupiyoadi, *manajemen pemasaran jasa* (Jakarta: salemba empat, 2001), hlm. 148.

- 2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik, artinya pada dasarnya nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani para nasabah hal yang paling penting diperhatikan disamping kuantitas dan kualitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana seperti peralatan, ruang tunggu, yang nyaman sehingga membuat nasabah merasa nyaman.
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal sampai selesai, artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas. Para nasabah akan merasa senang apabila para karyawan bertanggung jawab pada kinerja mereka.
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat, artinya dalam melayani nasabah diharapkan karyawan melakukannya sesuai prosedur, layanan yang diberikan sesuai dengan pekerjaan sehingga tidak akan terjadi kesalahan dalam memberikan pelayanan.
- 5) Mampu berkomunikasi, artinya para karyawan harus mampu berbicara dengan baik kepada para nasabah dan karyawan harus mampu berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.



- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, artinya karyawan harus menjaga ke rahasiaan nasabah yang berkaitan dengan masalah pribadi nasabah.
  - 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, artinya para karyawan harus memiliki pengetahuan pada setiap bidang-bidang kinerja yang dijalannya sehingga mampu meningkatkan kualitas perusahaan tempat dia bekerja
  - 8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah, artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah, karyawan harus mampu memecahkan masalah atas keluhan yang diberikan oleh nasabah.
  - 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah, artinya karyawan harus dapat memberikan kepercayaan kepada nasabah melalui pelayanannya sehingga nasabah merasa aman dan loyal terhadap perusahaan tersebut.
- e. Tujuan pelayanan

Tujuan pelayanan adalah mencegah berpindahannya pelanggan ke perusahaan pesaing dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty*. Berpalingnya pelanggan disebabkan kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan.

Tujuan pelayanan prima dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya, dalam pelaksanaannya pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dengan melampaui harapan nasabah dan harapan yang memiliki ciri khas kualitas.

#### **4. Bagi hasil**

##### **a. Pengertian Bagi Hasil**

Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan nasabah penerima dana.<sup>25</sup>

Menurut Ismail “pembagian hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang memerlukan perjanjian yaitu antar pihak nasabah dan pihak bank syariah”.

Ciri utama pola bagi hasil adalah bahwa keuntungan dan kerugian di tanggung bersama baik oleh pemilik dana maupun pengusaha. Beberapa prinsip dasar bagi hasil yang di kemukakan oleh Usmani, sebagai berikut:

- 1) Bagi hasil tidak berarti meminjamkan uang, tetapi merupakan partisipasi dalam usaha.
- 2) Investor atau pemilik dana harus ikut menanggung risiko kerugian usaha sebatas promosi pembiayaan.

---

<sup>25</sup>Dwi suwiknyo, *analisis laporan keuangan perbankan syariah* (Yogyakarta: pusta pelajar, 2010), hlm. 16.

- 3) Para mitra usaha bebas menentukan dengan persetujuan bersama, rasio untuk masing-masing pihak, yang dapat berbeda dari rasio pembiayaan yang disertakan.
- 4) Kerugian yang ditanggung oleh masing-masing pihak harus sama dengan proporsi investasi mereka.<sup>26</sup>

Adapun indikator bagi hasil antara lain:

a) Nisbah (*Profit Sharing Ratio*)

Nisbah pada bank syariah merupakan porsi bagi hasil yang ditetapkan diawal akad antara bank syariah dengan nasabah dari bagi hasil usaha. Bagi hasil tersebut diperoleh dari keuntungan usaha sesuai dengan nisbah yang telah disepakati. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- (a) Nisbah yang harus ditentukan dan disetujui awal perjanjian /akad.
- (b) Nisbah antara satu bank dan bank lainnya dapat berbeda.
- (c) Nisbah juga dapat berbeda dari variabel dari waktu ke waktu dalam satu bank.
- (d) Nisbah juga berbeda antar satu *account* lainnya sesuai dengan besarnya dana dan jatuh temponya.<sup>27</sup>

- b. Hubungan antara promosi, pelayanan, dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah.

---

<sup>26</sup>Ascarya, *Op. Cit.*, hlm 189.

<sup>27</sup>Muhammad Syafi'I Antonio, *bank syariah dari teori ke praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 140.

(1) Hubungan antara promosi terhadap keputusan nasabah

Menurut Indriyo Gitosudarmo promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dapat dipergunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dipilih beberapa cara yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas, personal selling yang disebut bauran promosi.<sup>28</sup>

Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah yaitu konsumen yang terangsang kebutuhannya akan mendorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Yang menjadi perhatian utama pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang menjadi ancaman konsumen dan pengaruh aktif tiap sumber tersebut terhadap keputusan pembelian selanjutnya.

Dengan demikian, promosi adalah kegiatan komunikasi dengan pasarnya untuk tujuan memberitahukan bahwa suatu produk itu ada dan akan diperkenalkan produk dari perusahaan tertentu agar dapat dikenal serta memberikan keyakinan akan manfaat produk tersebut kepada konsumen atau calon konsumen sehingga dapat menarik keputusan nasabah untuk menabung.

(2) Hubungan antara pelayanan terhadap keputusan nasabah

---

<sup>28</sup>Danang Sunyoto, *dasar-dasar manajemen pemasaran* (Yogyakarta: PT Buku Seru, 2012), hlm. 155.

Premi merupakan pembayaran sejumlah uang yang dilakukan pihak tertanggung kepada penanggung untuk mengganti suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan akibat timbulnya perjanjian atas perpindahan risiko dari tertanggung kepada penanggung (*Transfer or Risk*). Premi sebagai salah satu sumber pendanaan dan pendapatan perusahaan asuransi syariah merupakan faktor yang penting untuk menjaga eksistensi usahanya.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa premi asuransi syariah adalah besarnya uang kontribusi atau tanggungan yang diberikan dari nasabah kepada pihak asuransi, yang besarnya ditentukan oleh kebutuhan dan kemampuan nasabah, serta didalamnya terikat perjanjian di dalam polis. Jadi hubungan antara asuransi syariah terhadap keputusan nasabah dapat ditentukan berdasarkan premi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

(3) Hubungan antara bagi hasil terhadap keputusan nasabah.

Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah. Dalam hal terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan

oleh kedua pihak atau salah satu pihak, akan dibagi berdasarkan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian.<sup>29</sup>

Maka semakin tinggi hubungan bagi hasil akan memperbesar kemungkinan keputusan nasabah untuk memutuskan memilih produk tabungan pada bank syariah. Begitu juga jenis tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

## B. Penelitian Terdahulu.

Fungsi dari penelitian terdahulu adalah digunakan sebagai pembandingan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Penelitian yang sudah pernah membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan adalah sebagai berikut.

**Tabel 2.1**

### Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
1.	Hamzah Gufon (skripsi: Ekonomi pembangunan, Universitas Sumatra Utara 2016)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam produk Qardh dengan Gadai Emas di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari variabel promosi, prosedur pinjaman dan taksiran harga barang, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk Bank Sumut Cabang Medan. Dari faktor-faktor tersebut, promosi merupakan faktor yang paling utama dalam

<sup>29</sup>Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 95.

			mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk Qardh dengan Gadai Emas di PT Bank Sumut Syariaiah Cabang Medan.
2.	Yalisma Dewi (Skripsi, UIN Kalijaga, Yogyakarta, 2015)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan Bank Syariah (Study kasus PT. Bank muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidempuan).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari faktor pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan Bank Syariah.
3.	Asih Setyowati (Skripsi IAIN Surakarta, 2016)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR Ib Griya pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.	Menunjukkan bahwa dari variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR Ib Griya, promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR Ib Griya dan lokasi juga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR Ib Griya.
4.	Melda Yanti (Skripsi, IAIN Sumatera utara, 2016)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan Ib Muamalat (Studi kasus PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kcu Rantau Prapat).	Hasil penelitian ini bahwa secara parsial bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah, kemudian promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah sedangkan pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.
5.	Safaruddin Munthe (Skripsi IAIN Sumatera Utara,	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan bagi

	2017	tabungan mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota	hasil, pelayanan, religi, dan pendapatan mempengaruhi keputusan menabung di Bank Muamalat.
--	------	--	--

Perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

- a. Perbedaan dengan penelitian Hamzah Gufron dengan penelitian yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti, penelitian terdahulu meneliti variabel Promosi ( $X_1$ ), prosedur pinjaman ( $X_2$ ), taksiran harga barang ( $X_3$ ) dan minat nasabah ( $Y$ ), sedangkan peneliti memiliki 3 variabel juga yang akan diteliti yakni promosi ( $X_1$ ), asuransi syariah ( $X_2$ ), bagi hasil ( $X_3$ ), dan keputusan nasabah ( $Y$ ). sedangkan persamaannya adalah sama sama meneliti variabel promosi terhadap keputusan nasabah.
- b. Perbedaan dengan penelitian Purnama Utari Rangkuti dengan peneliti yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti, penelitian terdahulu meneliti variabel pelayanan ( $X$ ) dan minat nasabah ( $Y$ ), sedangkan peneliti memiliki 3 variabel yang akan diteliti yakni Promosi ( $X_1$ ), asuransi syariah ( $X_2$ ), bagi hasil ( $X_3$ ) dan keputusan nasabah ( $Y$ ). sedangkan persamaannya adalah meneliti variabel ( $Y$ ) yakni keputusan nasabah. Perbedaan dengan Rini Rosalinda dengan peneliti yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti, penelitian terdahulu meneliti variabel pelayanan ( $X$ ) dan keputusan nasabah ( $Y$ ), sedangkan peneliti memiliki 2 variabel yaitu promosi ( $X_1$ ), asuransi syariah ( $X_2$ ), bagi hasil ( $X_3$ ) dan keputusan nasabah ( $Y$ ).



Sedangkan persamaannya adalah meneliti variabel (Y) yakni Keputusan nasabah.

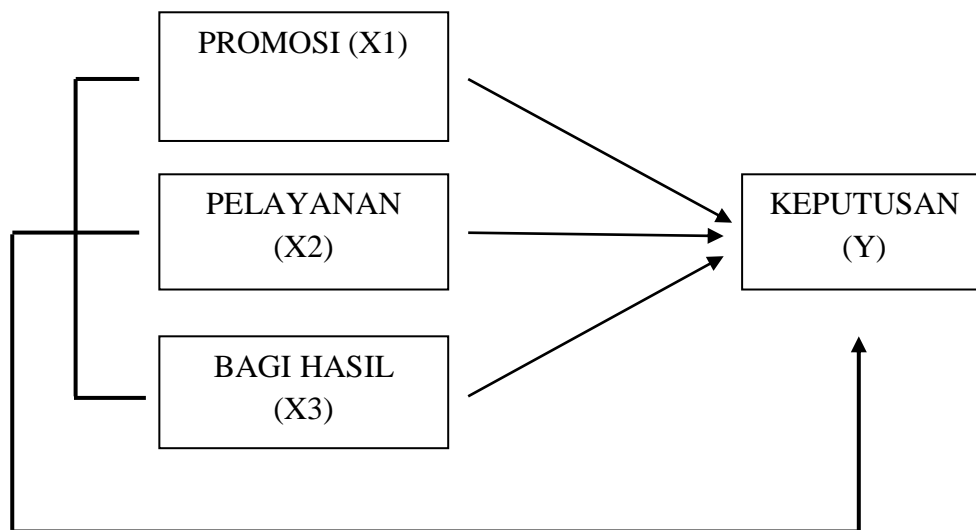
- c. Perbedaan dengan Rini Rosalinda dengan peneliti yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti, penelitian terdahulu meneliti variabel Promosi ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ), dan keputusan nasabah (Y), sedangkan peneliti memiliki 3 variabel yang akan diteliti yakni promosi ( $X_1$ ), asuransi syariah ( $X_2$ ), bagi hasil ( $X_3$ ), dan keputusan nasabah (Y). sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti variabel promosi terhadap keputusan nasabah.
- d. Perbedaan dengan Rahayu Istiqomah dengan peneliti yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti, penelitian terdahulu meneliti tentang produk ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ), sedangkan peneliti memiliki 3 variabel yang akan diteliti yakni Promosi ( $X_1$ ), asuransi syariah ( $X_2$ ), bagi hasil ( $X_3$ ). Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti variabel Y yaitu keputusan nasabah.
- e. Perbedaan dengan peneliti Safaruddin Munthe dengan peneliti yaitu terletak pada variabel yang akan diteliti, penelitian terdahulu meneliti variabel bagi hasil ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ), religi ( $X_3$ ), pendapatan ( $X_4$ ) dan keputusan nasabah (Y), sedangkan peneliti memiliki 3 variabel yang akan diteliti yaitu promosi ( $X_1$ ), asuransi syariah ( $X_2$ ), bagi hasil ( $X_3$ ), dan keputusan nasabah (Y). Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti variabel bagi hasil terhadap keputusan nasabah.

### **C. Kerangka Berpikir**

Kerangka pikir ini menggambarkan faktor promosi ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ), dan faktor bagi hasil ( $X_3$ ), berpengaruh terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ) menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara simultan.

Dari uraian kerangka teori ini, maka kerangka pemikiran dapat peneliti gambarkan sebagai berikut:

**Gambar II.1**  
**Kerangka Berpikir**



Keterangan:

—————> : Memengaruhi secara simultan

—————> : Memengaruhi secara parsial

## H. Hipotesis

1.H<sub>01</sub> : tidak ada pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara parsial

$H_{a1}$  : Ada pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara parsial.

**2.** $H_{02}$ : Tidak ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara parsial.

$H_{a2}$ : Ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara parsial.

**3.**  $H_{03}$  : Tidak ada pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara parsial.

$H_{a3}$ : Ada pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara parsial.

**4.** $H_{04}$ : Tidak ada pengaruh promosi, pelayanan, dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara simultan

$H_{a4}$ : Ada pengaruh promosi, pelayanan, dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan secara simultan.



## **BAB III**

### **METEDOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan waktu penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan. Perusahaan ini beralamat di Jl. Merdeka, No. 47, Wek II, Padangsidimpuan Utara, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara 22711 dan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret sampai bulan Agustus 2020.

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

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini disebut penelitian kuantitatif karena penelitian ini menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan hasilnya serta analisisnya menggunakan statistik.<sup>30</sup> Dan metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif karena penelitian ini menggambarkan dan menuturkan objek penelitian secara apa adanya serta sesuai dengan hasil penelitian.

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

##### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

---

<sup>30</sup> M. Subana dan Sudrajat, *dasar-dasar penelitian ilmiah* (Bandung: Pustaka setia, 2001), hlm. 25-26

dan kemudian di tarik kesimpulan. Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan yang memilih tabungan berencana yang berjumlah 51 nasabah.

## 2. Sampel

Menurut Mardalis tujuan penentuan sampel adalah “untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara hanya mengamati sebagian dari populasi.”<sup>31</sup>

Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik Suharsimi Arikunto yaitu sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subjeknya kurang dari seratus lebih baik diambil semua. Oleh karena itu sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 51 nasabah.

## D. Sumber Data

Adapun data atau sumber informasi dalam penelitian ini dapat dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu data primer dan data sekunder.

- 1) Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Dalam penelitian yang menjadi

---

<sup>31</sup> Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 55.

data primer yaitu melalui survei dengan cara membagikan angket kepada responden.

- 2) Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Data sekunder yang dibutuhkan oleh peneliti yaitu data mengenai perkembangan jumlah nasabah yang menabung di tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri cabang Padangsidempuan dan juga artikel, jurnal maupun penelitian-penelitian terdahulu mengenai keputusan nasabah memilih tabungan di bank syariah.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Angket (*kuesioner*)

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data untuk memperoleh data dan informasi yang relevan dan terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket adalah daftar pernyataan yang disusun secara sistematis yang diberikan/dikirim kepada orang lain (*responden*) dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai permintaan pengguna.

Sebelum membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu dibuat kisi-kisi instrument yang digunakan untuk mengukur variabel menjadi sub variabel yang akan diukur, hal ini digunakan sebagai patokan untuk menyusun instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif dengan 5 (lima) alternative jawaban, dengan jawaban masing-masing sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Alternatif Jawaban Angket**

<b>Keterangan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>Nilai</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan yang sudah berlaku, biasa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya seni dari seseorang. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan, brosur, catatan harian dan sebagainya.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup>Mudrajat Kuncoro, Op. Cit., hlm. 155.



## F. Teknik Analisis Data

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian yang dapat memperkuat jawaban yang akan diperoleh dengan baik dan benar, maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas ini digunakan jika peneliti mengumpulkan data secara primer

### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid merupakan “data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian”.<sup>33</sup> Uji validitas dapat dirumuskan apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka dinyatakan valid. Sebaliknya apabila  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka dinyatakan tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat ketetapan, ketelitian, dan keakuratan sebuah instrument. Jadi reliabilitas menunjukkan apakah instrument tersebut secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang suatu yang diukur pada waktu yang berlainan.<sup>34</sup>

Pada prinsipnya uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang diperoleh sebagai misal hasil dari jawaban kuesioner yang kita bagikan. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban

---

<sup>33</sup> M. Burhan Bungin, *metode penelitian kuantitatif* (Jakarta: kencana, 2005), hlm. 133.

<sup>34</sup> Sugyiono, *Op. Cit.*, hlm. 363.

seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.<sup>35</sup>

### 3. Uji asumsi klasik

#### a. Uji normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residu yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residu yang terdistribusi normal. Uji normalitas juga dapat diketahui dengan menggunakan uji normalitas data dengan kolmogorov smirnov. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya.

- 1) Apabila  $\text{sig} > 0,05$  maka variabel berdistribusi normal
- 2) Apabila  $\text{sig} < 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal

#### b. Linieritas

Secara umum uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara

---

<sup>35</sup> Danang Suntoyo, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (teori kuesioner, alat, dan analisis data)* (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 125.

signifikan atau tidak.<sup>36</sup> Data yang baik seharusnya memiliki hubungan yang linier antara Independent Variabel dan Dependent Variabel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 23 menggunakan Linearty pada taraf signifikan 0,05.

- a. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa variabel memiliki hubungan yang linier.
- b. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa variabel memiliki hubungan yang tidak linier.

### c. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.<sup>37</sup> Untuk mengetahui nilai multikolinearitas dapat melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance* yaitu:

Melihat dari VIF:

- a) Jika nilai VIF  $> 10$  tidak ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- b) Jika nilai VIF  $< 10$  terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

---

<sup>36</sup> V. Wiratna Sujarweni, *metedologi penelitian: bisnis dan ekonomi* (Yogyakarta: pustaka baru press, 2015) hlm. 79.

<sup>37</sup> Duwi Priyanto, *belajar cepat olah data statistik dengan spss* (Yogyakarta: CV. Andi Offest, 2012), hlm. 93.

Melihat dari nilai *Tolerance*:

- a) Jika nilai *Tolerance*  $< 0,05$  maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- b) Jika nilai *Tolerance*  $> 0,05$  maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

#### **d. Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah varian residu yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitas apabila ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur. Maka pengujian ini dilakukan untuk merespon variabel X sebagai variabel independen dengan nilai absolute *unstandardized residual* regresi sebagai variabel dependen, apabila hasil uji diatas level signifikan ( $r > 0,05$ ) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila level dibawah signifikan ( $r < 0,05$ ) berarti terjadi heteroskedastisitas.<sup>38</sup>

### **4. Uji Hipotesis**

#### **a. Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat digunakan untuk mengetahui sampai mana ketetapan atau kecocokan garis regresi yang berbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi.

---

<sup>38</sup> Wiratma sujarweni, metode penelitian bisnis dan ekonomi, cetakan pertama, (Yogyakarta: Pustaka biru, press, 2015), hlm 226.

Semakin besar nilai ( $R^2$ ) (mendekati 1), maka ketetapanya dikatakan semakin baik.<sup>39</sup>

Nilai  $R^2$  berkisar 1 yang artinya semakin kuat kemampuan promosi dan pelayanan maka dapat menjelaskan keputusan nasabah. Sebaliknya jika nilai  $R^2$  mendekati 0 berarti semakin lemah kemampuan promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah.

#### **b. Uji Signifikansi Parsial ( Uji t)**

Uji t biasanya digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) maka digunakan tingkat signifikan 0,05. Setelah  $t_{hitung}$  diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $p < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
2. Jika  $p > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

#### **c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Atau untuk mengetahui model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua

---

<sup>39</sup> Setiawan & Dwi Endank Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010) hlm 64.

*independent variable* terhadap *dependent variable*.<sup>40</sup>

Menentukan  $F_{\text{tabel}}$  dan  $F_{\text{hitung}}$  dengan taraf signifikan sebesar 5% (0,05) dengan  $df = (n-k-1)$ . Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel promosi, pelayanan, dan bagi hasil untuk menjelaskan terikatnya, yaitu keputusan nasabah. Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut:<sup>41</sup>

- a) Dengan membandingkan nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan  $F_{\text{tabel}}$  apabila  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_a$  diterima. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Dengan membandingkan nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan  $F_{\text{tabel}}$  apabila  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka  $H_a$  ditolak, berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh positif atau negatif antara variabel independen promosi (X1), pelayanan (X2), bagi hasil (X3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah memilih produk tabungan

---

<sup>40</sup> Mudrajat Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 139.

<sup>41</sup> Duwi Priyanto, *Op. Cit.*, hlm. 158.

berencana di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan (Y).  
adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan  
dalam penelitian ini adalah:

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

berdasarkan persamaan di atas maka persamaan yang dibentuk dalam  
penelitian ini adalah:

$$KN = a + b_1PR + b_2PL + b_3BL + e$$

Keterangan:

KN = Keputusan nasabah

a = Konstanta

$b_1b_2b_3$  = Koefisien regresi linear berganda

PR = Promosi

PL = Pelayanan

BL = Bagi Hasil

e = Batas kesalahan acak





## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan**

##### **1. Sejarah PT. Bank Syariah Mandiri**

Kehadiran PT Bank. Syariah Mandiri Sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk dipangung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dalam dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri Perbankan Nasional yang didominasi oleh Bank Konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.<sup>42</sup>

Salah satu Bank Konvensional PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya penggabungan (*merger*) dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat Bank (Bank Dagang Negara, Bank

---

<sup>42</sup>[www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id) diakses tanggal 13 Januari 2020 pukul 10.27 Wib.

Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu Bank baru bernama PT Bank Mandiri pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT. Bank Mandiri sebagai pemilik mayoritas baru Bank Susila Bakti.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan Konsolidasi serta membentuk tim penggabungan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan Perbankan Syariah dikelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, yang memberi peluang Bank Umum untuk melayani transaksi syariah. Dengan terjadinya merger rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syariah (dengan nama Bank Syariah Sakina) diambil alih oleh PT Bank Mandiri (persero). Bank Mandiri (persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi Bank Syariah, sejalan dengan keinginan PT. Bank Mandiri untuk membentuk unit syariah.

Perubahan kegiatan usaha Bank Susila Bakti menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut,

PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1430 H atau November 1999. PT. Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai Bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya.

Tim pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan Undang-undang tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT. Bank susila Bakti dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Oleh karenanya, tim pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistim dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari Bank Konvensional menjadi Bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah.

PT. Bank Syariah Mandiri didirikan dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain. Terutama berkaitan dengan penyimpanan dana dan penyaluran dana melalui pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah. PT. Bank Syariah Mandiri semakin berkembang dengan membangun beberapa kantor cabang, salah satu diantaranya ialah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan Provinsi Sumatera Utara. Yang mulai beroperasi pada tahun 2004 yang dipimpin oleh Bapak Ahmad Zailani sebagai pimpinan pertama dan pada saat ini PT.

Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan di pimpin oleh Bapak Khalid Syaifullah

## **2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri**

Adapun Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri Yaitu:

### **a. Visi**

Bank Syariah Mandiri terdepan dan modern

#### **1) Untuk Nasabah**

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan, manfaat, menentramkan dan memakmurkan.

#### **2) Untuk Pegawai**

BSM merupakan Bank yang menyediakan kesempatan untuk beramah sekaligus berkarir professional.

#### **3) Untuk Investor**

Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkeseimbangan

### **b. Misi**

Adapun Misi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan yaitu

1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan

2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah

- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja sehat
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.<sup>43</sup>

## **B. Hasil Analisis Data**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Dimana  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan  $(df) = n - 2$ , jadi  $df = 51 - 2 = 49$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

---

<sup>43</sup> Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan, selasa 14 Januari 2020 pukul 12.30 Wib.

**Tabel IV.1**  
**Hasil Uji Validitas Promosi**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>table</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Promosi 1	0,365	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel} n = 51$  Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,275$	Valid
Promosi 2	0,346		Valid
Promosi 3	0,402		Valid
Promosi 4	0,649		Valid
Promosi 5	0,448		Valid
Promosi 6	0,728		Valid
Promosi 7	0,739		Valid
Promosi 8	0,747		Valid
Promosi 9	0,728		Valid
Promosi 10	0,747		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23

Dari hasil Uji Validitas variabel promosi ( $X_1$ ) pada tabel IV.1  $r_{tabel}$  dengan jumlah sampel 51 adalah 0,275. Maka dapat disimpulkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

**Tabel IV.2**  
**Hasil Uji Validitas Pelayanan**

<b>Item pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Pelayanan 1	0,357	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel} n = 51$  Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,275$	Valid
Pelayanan 2	0,501		Valid
Pelayanan 3	0,520		Valid
Pelayanan 4	0,508		Valid
Pelayanan 5	0,487		Valid
Pelayanan 6	0,513		Valid
Pelayanan 7	0,738		Valid
Pelayanan 8	0,544		Valid
Pelayanan 9	0,703		Valid
pelayanan 10	0,715		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23

Dari hasil Uji Validitas variabel pelayanan ( $X_2$ ) pada tabel IV.2  $r_{hitung}$  dengan jumlah sampel 51 adalah 0,275. Maka dapat disimpulkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

**Tabel IV.3**  
**Hasil Uji Validitas Bagi Hasil**

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Bagi Hasil 1	0,728	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel} n = 51$  Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,275$	Valid
Bagi Hasil 2	0,349		Valid
Bagi Hasil 3	0,410		Valid
Bagi Hasil 4	0,325		Valid
Bagi Hasil 5	0,706		Valid
Bagi Hasil 6	0,726		Valid
Bagi Hasil 7	0,526		Valid
Bagi Hasil 8	0,548		Valid
Bagi Hasil 9	0,333		Valid
Bagi Hasil 10	0,583		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23

Dari hasil Uji Validitas variabel bagi hasil ( $X_3$ ) pada tabel IV.3  $r_{hitung}$  dengan jumlah sampel 51 adalah 0,275. Maka dapat disimpulkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah**

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Keputusan Nasabah 1	0,447	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel} n = 51$  Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,275$	Valid
Keputusan Nasabah 2	0,349		Valid
Keputusan Nasabah 3	0,489		Valid
Keputusan Nasabah 4	0,356		Valid
Keputusan Nasabah 5	0,322		Valid
Keputusan Nasabah 6	0,330		Valid
Keputusan Nasabah 7	0,320		Valid
Keputusan Nasabah 8	0,487		Valid
Keputusan Nasabah 9	0,426		Valid
Keputusan Nasabah 10	0,447		Valid
Keputusan Nasabah 11	0,394		Valid
Keputusan Nasabah 12	0,528		Valid
Keputusan Nasabah 13	0,445		Valid
Keputusan Nasabah 14	0,471		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23

Dari hasil Uji Validitas variabel keputusan nasabah (Y) pada tabel IV.4  $r_{tabel}$  dengan jumlah sampel 51 adalah 0,275. Maka dapat disimpulkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha*  $> 0,6$ . Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Tingkat kepercayaan	Keterangan
Promosi	0,800	0,60	Reliabel
Pelayanan	0,725	0,60	Reliabel
Bagi Hasil	0,741	0,60	Reliabel
Keputusan Nasabah	0,730	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS 23



Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* untuk variabel promosi ( $X_1$ ) adalah  $0,800 > 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel pelayanan ( $X_2$ ) adalah  $0,725 > 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel bagi hasil ( $X_3$ ) adalah  $0,741 > 0,60$  dapat disimpulkan bahwa variabel bagi hasil adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel keputusan nasabah ( $Y$ ) adalah  $0,730 > 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan nasabah adalah reliabel.

### **3. Uji Normalitas**

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Dalam penelitian ini digunakan uji *one sample kolmogrov-smirnov* untuk mengetahui apakah distribusi terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05.

**Tabel IV.6**  
**Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	51
Normal Mean	.0000000
Param Std. Deviation	3.57635081
eters <sup>a,b</sup>	
Most Absolute	.095
Extrem Positive	.095
e Negative	
Differe	-.063
nces	
Test Statistic	.095
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: *Output SPSS 23*

Berdasarkan Output di atas dapat dilihat dari  $Asymp.Sig > 0,05$  yaitu  $0,200 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

#### 4. Hasil Uji linearitas

a. Uji Linearitas Keputusan Nasabah dengan Promosi

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Linearitas Keputusan Nasabah dengan Promosi**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP * PR					
Between (Combined)	232.124	12	19.344	1.501	.166
Groups Linearity	66.840	1	66.840	5.188	.028
Deviation from Linearity	165.284	11	15.026	1.166	.342
Within Groups	489.562	38	12.883		
Total	721.686	50			

Sumber: Hasil Output SPSS 23

Dari tabel IV.7 di atas dapat dilihat dari *Deviation from linearity* promosi sebesar 0,342 ( $0,342 > 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel keputusan dengan promosi terdapat hubungan yang linier.

b. Hasil Uji Linearitas Keputusan Nasabah dengan Pelayanan

**Tabel IV.8**

**Hasil Uji Linearitas Keputusan Nasabah Dengan Pelayanan**

c. ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KP * PL Between Groups	176.603	10	17.660	1.296	.266
Linearity	6.738	1	6.738	.494	.086
Deviation from Linearity	169.865	9	18.874	1.385	.227
Within Groups	545.083	40	13.627		
Total	721.686	50			

Dari tabel IV.8 di atas dapat dilihat hasil uji linearitas keputusan nasabah dengan pelayanan. Hasil *Deviation from linearity* dari pelayanan sebesar 0,227 ( $0,227 > 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel keputusan dengan pelayanan terdapat hubungan yang linier.

## c. Hasil Uji Linearitas Keputusan Nasabah dengan Bagi Hasil

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Linearitas Keputusan Nasabah dengan Bagi Hasil**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KP * BL Between Groups (Combined)	109.230	8	13.654	.936	.497
Linearity	44.659	1	44.659	3.063	.087
Deviation from Linearity	64.572	7	9.225	.633	.726
Within Groups	612.456	42	14.582		
Total	721.686	50			

Dari tabel IV.9 di atas dapat dilihat hasil uji linearitas keputusan nasabah dengan bagi hasil. Hasil *Deviation from linearity* dari bagi hasil sebesar 0,726 ( $0,726 > 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel keputusan dengan bagi hasil terdapat hubungan yang linier.

## 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah jika nilai *Variance Inflation Factor*  $VIF < 10$

**Tabel IV.10**  
**Uji Multikolinearitas**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	59.350	17.755		3.343	.002		
PR	-.382	.193	-.246	-1.158	.293	.836	1.196
PL	.000	.183	.000	.002	.999	.916	1.092
BL	.352	.255	.157	3.021	.003	.838	1.194

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel promosi adalah  $1,196 < 10$ , variabel pelayanan adalah  $1,092 < 10$ , dan variabel bagi hasil adalah  $1,194 < 10$ . Maka dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF  $< 10$ ). Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

**b. Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel IV.11**  
**Hasil olah data SPSS Versi 23 Uji Heteroskedastisitas**  
**Metode Glejser**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.597	9.814		1.080	.286
PR	.001	.107	.001	.007	.994
PL	-.077	.101	-.115	-.759	.451
BL	-.103	.141	-.115	-.727	.471

a. Dependent Variable: KP

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 23.

Berdasarkan uji heteroskedastisitas di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikan berada lebih besar dari 0,05 nilai signifikan promosi ( $X_1$ ) 0,994 > 0,05 nilai signifikan pelayanan ( $X_2$ ) 0,451 > 0,05 dan nilai signifikan bagi hasil ( $X_3$ ) 0,471 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 6. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh promosi ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ), dan bagi hasil ( $X_3$ ) terhadap keputusan nasabah memilih produk Tabungan Berencana (Y).

**Tabel IV.12**  
**Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	59.350	17.755		3.343	.002
	PR	-.382	.193	-.246	-1.158	.293
	PL	.000	.183	.000	.002	.999
	BL	.352	.255	.157	3.021	.003

a. Dependent Variable: KP

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23

Berdasarkan hasil regresi linier berganda dari tabel IV.12 di atas maka dapat dilihat pada kolom *unstandardized coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KN = a + b_1PR + b_2PL + b_3BL + e$$

$$KN = 59,350 - 0,382PR + 0,000PL + 0,352BL + e$$

Keterangan:

KN	= Keputusan nasabah
a	= Konstanta
$b_1 b_2 b_3$	= Koefisien korelasi
PR	= Promosi
PL	= Pelayanan
BL	= Bagi hasil
e	= <i>Standart error</i>

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 59,350 artinya apabila variabel promosi, pelayanan, dan bagi hasil dianggap konstan atau 0 maka keputusan nasabah memilih produk tabungan berencana adalah sebesar 59,350 satuan.
- Koefisien regresi variabel promosi sebesar -0,382 satuan, artinya apabila tingkat promosi meningkat 1 satuan maka keputusan nasabah menurun sebesar 0,382. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara promosi dan keputusan nasabah memilih produk tabungan berencana
- Koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,000 satuan, artinya apabila tingkat pelayanan meningkat 1 satuan maka keputusan nasabah meningkat sebesar 0,000. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dan nasabah memilih produk tabungan berencana.
- Koefisien regresi variabel bagi hasil sebesar 0,352 satuan, artinya apabila tingkat bagi hasil meningkat 1 satuan maka keputusan nasabah meningkat

sebesar 0,352 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara bagi hasil dan nasabah memilih produk tabungan berencana.

## 7. Hasil Uji Hipotesis

Ketentuan dalam uji t adalah: jika  $P < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sebaliknya jika  $P > 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Adapun hasil *output* sebagai berikut

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji t**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	59.350	17.755		3.343	.002
	PR	-.382	.193	-.246	-1.158	.293
	PL	.000	.183	.000	.002	.999
	BL	.352	.255	.157	3,021	.003

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23

Berdasarkan hasil uji signifikan uji t di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikan variabel promosi ( $X_1$ ) sebesar  $0.293 > 0.05$  maka  $H_0$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.

Pada variabel pelayanan ( $X_2$ ) nilai signifikan sebesar  $0.999 > 0.05$  maka  $H_0$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.



Selanjutnya pada variabel bagi hasil ( $X_3$ ) memiliki nilai signifikan sebesar  $0.03 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa bagi hasil mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

**b. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82.172	3	27.391	3.113	.002 <sup>b</sup>
	Residual	639.514	47	13.607		
	Total	721.686	50			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), BL, PL, PR

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23

$F_{\text{tabel}}$  untuk signifikansi  $\alpha = 0.05$  dengan regression (df1) adalah 3 dan residual (df 2) adalah 48, maka hasil yang diperoleh untuk  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,81. Dari hasil uji signifikansi simultan di atas bahwa nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 3.113 dan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,81 sehingga  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $3.113 > 2,81$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi promosi, pelayanan, dan bagi hasil berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dan bernilai positif.

### c. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel IV.15**  
**Hasil Uji *R Square***  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.337 <sup>a</sup>	.114	.057	3.689

a. Predictors: (Constant), BL, PL, PR

b. Dependent Variable: KP

Sumber: Hasil Output SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *R square* sebesar 0,057 atau 5,7% hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi, pelayanan, dan bagi hasil berpengaruh terhadap variabel keputusan nasabah memilih produk tabungan berencana. Sedangkan 94,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data maka pembahasan tentang penelitian ini sebagai berikut:

Secara signifikan dengan hasil uji t variabel Promoi ( $X_1$ ) yang telah diolah sebesar  $0.293 > 0.05$  maka  $H_0$  diterima. Hal ini dapat diartikan secara signifikan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan, hal ini disebabkan karena faktor ekonomi nasabah yang tidak memadai untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Siti Norma Rosmitha (Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Pada Dalam

Perspektif Ekonomi Islam), yang menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kartu paket internet pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Dimana nilai signifikan berada pada taraf  $0.304 > 0.05$ .

Secara signifikan dengan hasil uji t pelayanan yang telah diolah sebesar  $0.999 > 0.05$ . Hal ini dapat diartikan secara signifikan pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan. Hal ini disebabkan karena sebagian besar nasabah tidak terlalu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan. Penelitian ini sejalan dengan Penelitian Shinta Deviana (Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketetapan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Dalam Perspektif Ekonomi Islam). Yang menyatakan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Hal ini terbukti dari hasil uji signifikan sebesar  $0.814 > 0.05$ .

Berdasarkan uji signifikan bagi hasil yang dilakukan peneliti pada pengujian analisis data menggunakan SPSS Versi 23, dengan melihat dari hasil *output* dapat mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah, dengan pengambilan keputusan jika probabilitas  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan adanya pengaruh secara signifikan bagi hasil terhadap keputusan nasabah. Dengan nilai signifikan  $0.03 < 0.05$  hal ini dapat diartikan secara signifikan bagi hasil memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang

Padangsidempuan. Hasil penelitian ini didukung teori menurut Malayu SP Hasibuan pada buku Dasar-Dasar Perbankan yang mengatakan bahwa: bagi hasil dan etika juga merupakan daya penarik bagi (calon) nasabah untuk menjadi nasabah, serta tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat antar sesama bank. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yalisma Dewi bahwa bagi hasil mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Secara simultan variabel promosi, pelayanan, dan bagi hasil mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $3.113 > 2.81$ ) yang artinya  $H_a$  diterima.

Dalam uji determinasi promosi, pelayanan, dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah sebesar 0,057 atau 5,7 persen sedangkan 94,3 persen dijelaskan variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji Multikolinearitas diketahui bahwa nilai *tolerance* dari variabel promosi adalah  $0,836 > 0,05$  variabel pelayanan adalah  $0,916 > 0,05$  dan variabel bagi hasil  $0,838 > 0,05$  maka dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel di atas lebih besar dari 0,05 (*tolerance*  $> 0,05$ ) sehingga bebas dari multikolinieritas.

Selanjutnya hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa nilai signifikan berada lebih besar dari 0,05 nilai signifikan promosi ( $X_1$ )  $0,994 > 0,05$  nilai signifikan pelayanan ( $X_2$ )  $0,451 > 0,05$  dan nilai signifikan bagi hasil ( $X_3$ )  $0,471 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah: Dalam menyebarkan kuesioner peneliti tidak mengetahui kejujuran responden-responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh. Juga keterbatasan kemampuan peneliti dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan, maka kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu:

1. Persamaan analisis regresi linear berganda diperoleh hasil sebagai berikut:

$$KN = 59,350 - 0,382 PR + 0,000 PL + 0,352BL + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Konstanta sebesar 59,350 artinya apabila variabel promosi dan pelayanan dianggap konstan atau 0 maka keputusan nasabah memilih produk tabungan berencana adalah sebesar 59,350 satuan.
- b) Koefisien regresi variabel promosi sebesar -0,382 satuan, artinya apabila tingkat promosi meningkat 1 satuan maka keputusan nasabah menurun sebesar 0,382. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara promosi dan keputusan nasabah memilih produk tabungan berencana
- c) Koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,000 satuan, artinya apabila tingkat pelayanan meningkat 1 satuan maka keputusan nasabah meningkat sebesar 0,000. Koefisien bernilai

positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dan nasabah memilih produk tabungan berencana.

d) Koefisien regresi variabel bagi hasil sebesar 0,352 satuan, artinya apabila tingkat bagi hasil meningkat 1 satuan maka keputusan nasabah meningkat sebesar 0,352 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara bagi hasil dan nasabah memilih produk tabungan berencana.

2. Hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) faktor promosi, pelayanan, dan bagi hasil mampu mempengaruhi keputusan nasabah sebesar 5,7% sedangkan sisanya 94,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian yang dilakukan oleh peneliti.
3. Hasil uji signifikan variabel promosi, tidak terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan dengan nilai signifikan  $0.293 > 0.05$ .
4. Hasil uji signifikan variabel pelayanan, tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan dengan signifikan  $0.999 > 0.05$ .
5. Hasil uji signifikan variabel bagi hasil, terdapat pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan dengan nilai signifikan  $0.03 > 0.05$ .

6. Secara simultan variabel promosi, variabel pelayanan, bagi hasil mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $3.113 > 2.81$ ).

## **B. Saran**

Adapun saran peneliti berdasarkan kesimpulan di atas, sebagai berikut:

### **1. Kepada perusahaan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor promosi, pelayanan, dan bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan berencana pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan. Maka disarankan pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan untuk tetap mempertahankan promosi, pelayanan, dan bagi hasilnya agar nasabah dapat mengambil keputusan memilih produk tabungan berencana. selalu memberikan keinginan yang diharapkan pelanggan.

### **2. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih produk tabungan berencana dan mengetahui faktor apa saja yang membuat nasabah mengambil keputusan terhadap suatu produk. Serta masyarakat lebih pandai untuk mengambil keputusan terhadap suatu produk.



### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain di luar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini. menjadi bahan referensi tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan nasabah, selain dari faktor promosi, pelayanan, dan bagi hasil untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur Ansori, *Perbankan syariah di Indonesia*, Yogyakarta: UGM Pers, 2007.
- Adiwarman A Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Agus Susanto dan Sugiono, *cara mudah belajar spss dan lisrel*, Bandung: Alfabeta: 2015.
- Ascarya, *akad dan produk bank syariah*, Jakarta: PT Raja gravindo persada, 2011.
- Baharuddin , *aspek hukum lembaga keuangan syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Danang Suntoyo, *dasar-dasar manajemen pemasaran*, Yogyakarta: PT Buku Seru, 2012.
- Duwi Priyanto, *belajar cepat olah data statistik dengan spss*, Yogyakarta: CV Andi Offest, 2012.
- Dwi Suwikyo, *analisis laporan keuangan bank syariah*, Yogyakarta: pustaka pelajar, 2010.
- Hasibuan SP Malayu, *manajemen dasar, pengertian, dan masalah*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.
- Kadarsah Surayadi dan M Ali Ramdhani, *system pendukung keputusan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.
- Kanuk Lazar Leslie dan Schiffman Leon, *perilaku konsumen*, Jakarta: Indeks, 2007.
- Kasmir, *pemasaran bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- M Burhan Bungin, *metode penelitian kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2005.
- M Mursid, *manajemen pemasaran*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Mudrajat Kuncoro, *metode riset untuk bisnis dan ekonomi bagaimana meneliti dan menulis tesis? Edisi tiga*, Jakarta: Erlangga 2009.
- Muhammad Syafii Antonio, *Bank syariah dari teori ke praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: kencana, 2010
- Nur Rianto Al Arif, *dasar-dasar pemasaran bank*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sudrajat dan M Subana, *dasar-dasar penelitian ilmiah*, Bandung: Pustaka Setia,

2001.

Suharsimi Arikunto, *manajemen penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003.

**CURUCULUM VITAE**  
**(Daftar Riwayat Hidup)**

**A. DATA PRIBADI**

1. Nama : HOTNIDA SARI RITONGA
2. Nim : 15 401 00040
3. Tempat/ tanggal lahir : Padangsidimpuan, 02 April 1997
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Anak Ke : 1 dari 2 bersaudara
6. Alamat : Jalan Sutan Mau Jalo, kelurahan Sidangkal,  
Kecamatan Padangsidimpuan Selatan, Kota  
Padangsidimpuan, Provinsi Sumatera Utara
7. Agama : Islam

**B. DATA ORANG TUA/WALI**

1. Nama Ayah : Indra B Ritonga
2. Pekerjaan : Wiraswasta
3. Nama Ibu : Samrina Harahap
4. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
5. Alamat : Jalan Sutan Mau Jalo, kelurahan Sidangkal,  
Kecamatan  
Padangsidimpuan Selatan, Kota Padangsidimpuan,  
Provinsi  
Sumatera Utara

**C. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

- Tahun 2005-2010 : SD Negeri 200220 Padangsidimpuan  
Tahun 2010-2013 : SMP Negeri 6 Padangsidimpuan  
Tahun 2013-2015 : SMA Negeri 5 Padangsidimpuan  
Tahun 2015-2019 : Program Sarjana (Strata-1) Perbankan Syariah

IAIN

Padangsidimpuan

**D. MOTTO HIDUP**

Perbaikilah hubunganmu dengan Allah, niscaya Allah akan memperbaiki segala sesuatunya untuk mu.

## SURAT VALIDASI ANKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Isa, S.T., M.M

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan".

Yang disusun oleh:

Nama : Hotnida Sari Ritonga

Nim : 15 401 00040

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

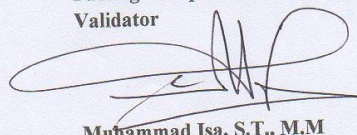
Jurusan : Perbankan Syariah (PS-1)

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1. *Kalimat di perbaiki sesuai saran:*
2. *Htk 2 Dalam penggunaan angket - negatif!*
3. ....

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, <sup>23</sup> Januari 2020  
Validator



Muhammad Isa, S.T., M.M

**LEMBAR VALIDASI  
ANGKET PROMOSI**

Petunjuk :

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

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Periklanan	1	✓		
	2		✓	
	3			✓
Promosi Penjualan	4		✓	
	5	✓		
	6		✓	
Publisitas	7	✓		
	8		✓	
	9	✓		
Penjualan Pribadi	10	✓		

Catatan:

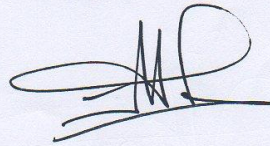
*Perbaiki sesuai soal 1*

.....

.....

.....

Padangsidempuan, <sup>23</sup> Januari 2020  
Validator



Muhammad Isa, S.T., M.M

**LEMBAR VALIDASI  
ANGKET PELAYANAN**

Petunjuk :

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

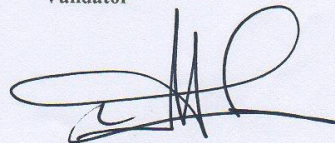
Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Bukti Fisik	1	✓		
	2	✓		
Keandalan	3		✓	
	4		✓	
Daya tanggap	5	✓		
	6	✓		
Jaminan	7	✓	✓	
	8		✓	
Perhatian	9		✓	✗
	10			✓

Catatan:

*Perbaiki sesuai saran!*

Padangsidempuan, <sup>25</sup> Januari 2020

Validator



Muhammad Isa, S.T., M.M

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET BAGI HASIL**

Petunjuk :

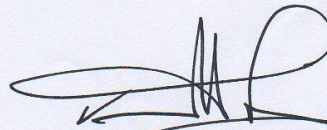
1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi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

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Nisbah bagi hasil	1	✓		
	2	✓		
	3	✓		
	9	✓		
Biaya	4	✓		
	5	✓		
	8	✓		
Nisbah keuntungan diinvestasikan dalam tabungan	6	✓		
	3	✓		
	10	✓		

Catatan:

061

23  
Padangsidempuan, Januari 2020  
Validator



Muhammad Isa, S.T., M.M



### ANGKET KEPUTUSAN PEMBELIAN

Petunjuk :

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

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Pengenalan masalah	1	✓		
	2	✓		
	3	✓		
Pencarian informasi	4	✓		
	5	✓		
	6		✓	
Evaluasi alternative	7	✓		
	8	✓		
	9	✓		
Keputusan nasabah memilih produk	10	✓		
	11	✓		
	12	✓	✗	
Keputusan terhadap produk yang dipilih	13		✓	
	14		✓	

Catatan:

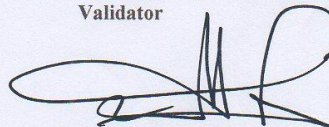
*Revisi soal!*

.....

.....

.....

Padangsidempuan, <sup>23</sup> Januari 2020  
Validator



Muhammad Isa, S.T., M.M

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i responden

Di Tempat

Dengan Hormat

Bersama ini, saya mohon kesediaan ibu untuk mengisi daftar kuesioner yang di berikan. Informasi yang ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Jawaban ibu tidak akan mempunyai dampak negatif terhadap jabatan atau pekerjaan ibu saat ini. Karena tujuan pengajuan kuesioner ini hanya untuk pengumpulan data guna keberhasilan dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.

### **Identitas Responden**

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Alamat :

Pekerjaan :

### **A. Petunjuk Pengisian**

1. Berikan *cheklis* (✓) pada setiap jawaban anda.
2. Setiap pernyataan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
  - a. SS = Sangat Setuju
  - b. S = Setuju
  - c. KS = Kurang Setuju
  - d. TS = Tidak Setuju
  - e. STS = Sangat Tidak Setuju

### **B. Petunjuk pengisian pernyataan:**

1. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia.
2. Mohon agar menjawab satu jawaban yang paling sesuai untuk setiap pernyataan yang diberikan.

3. Mohon kiranya Bapak/ibu/saudara/i setelah selesai mengisi kuesioner menyerahkan kembali kepada yang memberi.

Alternatif pilihan:

- SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
KS : Kurang Setuju  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

Dengan skor nilai :

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

## KUESIONER PENELITIAN

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK *ARRUM* USAHA MIKRO DI PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SYARIAH ALAMAN BOLAK PADANGSIDIMPUAN**

#### **A. Identitas Responden**

Saya mohon kesediaan Bapak/ibu/saudara/i untuk menjawab daftar pernyataan ini. Dengan memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

- No. Responden : \_\_\_\_\_
- Nama : \_\_\_\_\_
- Alamat : \_\_\_\_\_
- Jenis Kelamin :  Perempuan  Laki-laki
- Umur :  < 30 Tahun  41-50 Tahun  
 31-40 Tahun  > 50 Tahun
- Pendidikan Terakhir :  SMP  Sarjana  
 SMA  Lainnya
- Status Pernikahan :  Menikah  Belum Menikah
- Penghasilan Perbulan :  < Rp. 1.000.000  
 > Rp. 1.000.000- Rp. 2.000.000  
 > Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000  
 > Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000  
 > Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000  
 > Rp. 5.000.000

**1. Pernyataan Mengenai Variabel Independen (X<sub>1</sub>): Promosi**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	saya menyukai iklan produk tabungan berencana yang ditampilkan bank syariah mandiri cabang padangsidempuan					
2.	Iklan untuk produk tabungan berencana yang ditawarkan bank syariah mandiri ditampilkan dalam bentuk media online, spanduk, brosur, billboard dan reklame.					
3.	Pesan yang ditampilkan dalam iklan bank syariah mandiri mudah diingat					
4.	Bank syariah mandiri sering memberikan hadiah kepada saya atas produk tabungan berencana					
5.	Saya pernah mendapatkan cendramata dari bank syariah mandiri					
6.	Bank syariah mandiri tidak pernah memberikan hadiah untuk produk yang ditawarkan					
7.	Bank syariah mandiri sering melakukan kegiatan amal					
8.	Bank syariah sering menjadi sponsor acara kemasyarakatan					
9.	Bank syariah mandiri tidak pernah melakukan pameran-pameran untuk menawarkan produk tabungan berencana.					
10.	Saya sering melihat karyawan bank syariah mandiri melakukan promosi langsung kepada masyarakat					

**2. Pernyataan Mengenai Variabel Independen (X<sub>2</sub>) : Pelayanan**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan bank syariah cepat dalam menanggapi nasabah					
2.	Karyawan bank syariah mandiri tidak memiliki fasilitas yang memadai.					
3.	Karyawan bank syariah mandiri cepat dalam menanggapi nasabah.					
4.	Karyawan bank syariah mandiri					

	memberikan pelayanan yang akurat.					
5.	Pelayanan yang diberikan bank syariah mandiri sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
6.	Karyawan bank syariah mandiri menyediakan pelayanan yang tepat waktu.					
7.	Karyawan bank syariah mandiri tepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan nasabah.					
8.	Karyawan bank syariah mandiri menyampaikan informasi tentang produk dengan jujur.					
9.	Karyawan bank syariah mandiri bekerja sesuai aturan					
10.	Karyawan bank syariah mandiri memberikan perhatian yang tulus kepada nasabahnya.					

### 3.Pernyataan Mengenai Variabel Independen (X<sub>3</sub>) : Bagi Hasil

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Bagi hasil yang diberikan bank syariah mandiri lebih tinggi dibandingkan bank lain.					
2.	Nisbah bagi hasil yang diberikan bank syariah mandiri tidak menarik.					
3.	Perhitungan nisbah yang ditawarkan bank syariah mandiri transparansi/terbuka dan jelas.					
4.	Biaya pembukaan rekening tabungan berencana terjangkau.					
5.	Biaya administrasi tabungan berencana di bank syariah mandiri relative murah.					
6.	Keuntungan yang diberikan bank syariah mandiri tidak sesuai.					
7.	Bagi hasil didasarkan pada besar kecilnya jumlah tabungan.					
8.	Biaya administrasi tabungan berencana relative mahal.					
9.	Nisbah bagi hasil yang ditawarkan bagi bank syariah mandiri sangat menarik.					
10.	Saya memilih tabungan berencana karena ingin mendapatkan keuntungan.					

**4. Pernyataan Mengenai Variabel Dependen (Y) : Keputusan**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memutuskan memilih produk tabungan berencana karena produknya sesuai dengan kebutuhan saya.					
2.	secara keseluruhan kebutuhan saya telah terpenuhi oleh bank syariah mandiri.					
3.	Saya memilih produk tabungan berencana karena manfaatnya sesuai dengan keinginan saya.					
4.	Saya memperoleh informasi produk tabungan bank syariah mandiri dari teman saya.					
5.	Saya mencari informasi produk dengan cara datang langsung ke bank syariah mandiri.					
6.	Saya mencari informasi produk dari website resmi bank syariah mandiri.					
7.	Saya mengevaluasi beberapa produk yang ada di bank syariah mandiri selain tabungan berencana.					
8.	Saya membandingkan beberapa produk-produk bank syariah mandiri.					
9.	Saya memutuskan untuk memilih produk tabungan berencana karena setelah adanya promosi yang dilakukan bank syariah mandiri.					
10.	saya memutuskan memilih produk tabungan berencana karena sesuai dengan pengalaman teman saya.					
11.	Saya memutuskan untuk memilih produk tabungan berencana karena proses nya yang mudah dan cepat.					
12.	Saya tidak puas menggunakan produk tabungan berencana karena fasilitas pelayanannya kurang memadai.					
13.	Saya akan selalu memilih produk tabungan berencana dari pada produk-produk lainnya,					
14.	saya akan merekomendasikan produk tabungan berencana kepada orang lain.					

KUESIONER PENELITIAN

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK *ARRUM* USAHA MIKRO DI PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SYARIAH ALAMAN BOLAK PADANGSIDIMPUAN**

**B. Identitas Responden**

Saya mohon kesedian Bapak/ibu/saudara/i untuk menjawab daftar pernyataan ini. Dengan memberi tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia.

No. Responden :

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin :  Perempuan  Laki

Umur :  < 20 Tahun  21-30 Tahun  31-41 Tahun  > 50 Tahun

Pendidikan Terakhir :  SD  SMP  SMA  Lainnya

Status Pernikahan :  Menikah  Belum Menikah

Penghasilan Perbulan :  < Rp. 1.000.000

> Rp. 1.000.000- Rp. 2.000.000

> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000

> Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000

> Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000

> Rp. 5.000.000



**1. Pernyataan Mengenai Variabel Independen (X<sub>1</sub>): Promosi**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	saya menyukai iklan produk tabungan berencana yang ditampilkan bank syariah mandiri cabang padangsidempuan					
2.	Iklan untuk produk tabungan berencana yang ditawarkan bank syariah mandiri ditampilkan dalam bentuk media online, spanduk, brosur, billboard dan reklame.					
3.	Pesan yang ditampilkan dalam iklan bank syariah mandiri mudah diingat					
4.	Bank syariah mandiri sering memberikan hadiah kepada saya atas produk tabungan berencana					
5.	Saya pernah mendapatkan cendramata dari bank syariah mandiri					
6.	Bank syariah mandiri tidak pernah memberikan hadiah untuk produk yang ditawarkan					
7.	Bank syariah mandiri sering melakukan kegiatan amal					
8.	Bank syariah sering menjadi sponsor acara kemasyarakatan					
9.	Bank syariah mandiri tidak pernah melakukan pameran-pameran untuk menawarkan produk tabungan berencana.					
10.	Saya sering melihat karyawan bank syariah mandiri melakukan promosi langsung kepada masyarakat					

**2.Pernyataan Mengenai Variabel Independen (X<sub>2</sub>) : Pelayanan**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan bank syariah cepat dalam menanggapi nasabah					
2.	Karyawan bank syariah mandiri tidak memiliki fasilitas yang memadai.					
3.	Karyawan bank syariah mandiri cepat dalam menanggapi nasabah.					
4.	Karyawan bank syariah mandiri					

	memberikan pelayanan yang akurat.					
5.	Pelayanan yang diberikan bank syariah mandiri sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
6.	Karyawan bank syariah mandiri menyediakan pelayanan yang tepat waktu.					
7.	Karyawan bank syariah mandiri tepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan nasabah.					
8.	Karyawan bank syariah mandiri menyampaikan informasi tentang produk dengan jujur.					
9.	Karyawan bank syariah mandiri bekerja sesuai aturan					
10.	Karyawan bank syariah mandiri memberikan perhatian yang tulus kepada nasabahnya.					

### 3.Pernyataan Mengenai Variabel Independen (X<sub>3</sub>) : Bagi Hasil

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Bagi hasil yang diberikan bank syariah mandiri lebih tinggi dibandingkan bank lain.					
2.	Nisbah bagi hasil yang diberikan bank syariah mandiri tidak menarik.					
3.	Perhitungan nisbah yang ditawarkan bank syariah mandiri transparansi/terbuka dan jelas.					
4.	Biaya pembukaan rekening tabungan berencana terjangkau.					
5.	Biaya administrasi tabungan berencana di bank syariah mandiri relative murah.					
6.	Keuntungan yang diberikan bank syariah mandiri tidak sesuai.					
7.	Bagi hasil didasarkan pada besar kecilnya jumlah tabungan.					
8.	Biaya administrasi tabungan berencana relative mahal.					
9.	Nisbah bagi hasil yang ditawarkan bagi bank syariah mandiri sangat menarik.					
10.	Saya memilih tabungan berencana karena ingin mendapatkan keuntungan.					

**4. Pernyataan Mengenai Variabel Dependen (Y) : Keputusan**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memutuskan memilih produk tabungan berencana karena produknya sesuai dengan kebutuhan saya.					
2.	secara keseluruhan kebutuhan saya telah terpenuhi oleh bank syariah mandiri.					
3.	Saya memilih produk tabungan berencana karena manfaatnya sesuai dengan keinginan saya.					
4.	Saya memperoleh informasi produk tabungan bank syariah mandiri dari teman saya.					
5.	Saya mencari informasi produk dengan cara datang langsung ke bank syariah mandiri.					
6.	Saya mencari informasi produk dari website resmi bank syariah mandiri.					
7.	Saya mengevaluasi beberapa produk yang ada di bank syariah mandiri selain tabungan berencana.					
8.	Saya membandingkan beberapa produk-produk bank syariah mandiri.					
9.	Saya memutuskan untuk memilih produk tabungan berencana karena setelah adanya promosi yang dilakukan bank syariah mandiri.					
10.	saya memutuskan memilih produk tabungan berencana karena sesuai dengan pengalaman teman saya.					
11.	Saya memutuskan untuk memilih produk tabungan berencana karena proses nya yang mudah dan cepat.					
12.	Saya tidak puas menggunakan produk tabungan berencana karena fasilitas pelayanannya kurang memadai.					
13.	Saya akan selalu memilih produk tabungan berencana dari pada produk-produk lainnya,					
14.	saya akan merekomendasikan produk tabungan berencana kepada orang lain.					



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

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

Nomor : 1312 /In.14/G.1/PP.00.9/06/2019  
Lampiran : -  
Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

24 Juni 2019

Yth, Bapak/ Ibu;

1. Muhammad Isa : Pembimbing I
2. Rini Hayati : Pembimbing II

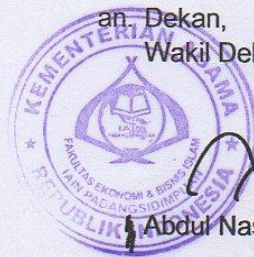
Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/ Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Hotnida Sari Ritonga  
NIM : 1540100040  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor - Faktyor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan

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

Demikian disampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan



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

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

Nomor : 3064/In.14/G.1/TL.00/11/2019  
Hal : Mohon Izin Pra Riset

14 Nopember 2019

Yth; Branch Manager Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.

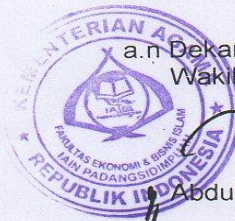
Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Hotnida Sari Ritonga  
NIM : 1540100040  
Semester : IX (Sembilan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan** ".

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

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



a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan



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

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

Nomor : 664/In.14/G.1/G.4b/TL.00/02/2020  
Hal : Mohon Izin Riset

28 Februari 2020

**Yth; Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.**

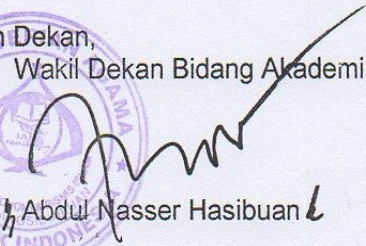
Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Hotnida Sari Ritonga  
NIM : 1540100040  
Semester : X (Sepuluh)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan ".

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

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

a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

# mandiri syariah

06 Januari 2020  
NO.21/961-3/RO I

Kepada  
Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Jl. T. Rizal Nurdin Km 4,5  
Sihitang

PT. Bank Syariah Mandiri  
Region I / Sumatera 1  
Jl. A. Yani No. 100 Lt.IV  
Medan-20111  
Telp. ( 061 ) 5534466 ( Hunting )  
Fax. ( 061 ) 43534456  
WWW. Syariahmandiri.co.id

Up Yth, Bapak Abdul Nasser Hasibuan  
Perihal. PERSETUJUAN PENELITIAN ( RISET )

Assalamualaikum. Wr. Wb

Semoga Bapak Beserta seluruh Staff selalu dalam keadan sehat walafiat dan senantiasa dalam lindungan dan rahmat dari Allah SWT

Menunjuk perihal tersebut di atas. Bersama ini disampaikan bahwa pelaksana riset dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa Bapak dapat dilaksanakan dengan sbb :

No	Nama	Universitas /Jurusan	BIDB.NIM	Judul Penelitian	Tempat Riset
1	Puja Rohani	Perbankan Syariah	1540100219	Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan	KC. Padangsidimpuan
2.	Hotnida Sari Ritonga	Perbankan Syariah	1540100040	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Berencana pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan.	KC. Padangsidimpuan
3.	Syafri Alwi Hasibuan	Perbankan Syariah	1440100169	Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Cicil Emas PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan	KC. Padangsidimpuan

Kami sampaikan bahwa selama pelaksanaan penelitian tersebut agar memperhatikan dan mematuhi ketentuan berikut :

1. Peserta riset harus mematuhi UU Perbankan No 10 Tahun 1998 serta ketentuan intem Bank Syariah Mandiri yang menyangkut prinsip prinsip kerahasiaan Bank.
2. Peserta riset harus mematuhi SE No. 5/007/DSI tanggal 5 Agustus 2003 perihal riset, survey, Penilitin Ilmiah, Pengisian Kuesioner bagi mahasiswa dalam rangka penyusunan Skripsi program studi S 1-S 2 dan praktek kerja lapangan /magang bagi siswa sekolah menengah kejuruan / diploma.
3. Peserta riset hanya dapat memperoleh dana untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak di perkenankan menyebarluaskan kepada pihak lain.
4. Peserta riset tidak diperkenankan menyalin ( Fotocopy ) data membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi
5. Peserta melaksanakan riset selama  $\pm$  2 ( dua ) minggu dan bila diperlukan dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 ( satu ) bulanan.
6. Peserta riset di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat Bank
7. Peserta riset menyerahkan 1 ( satu ) buah copy hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Mandiri
8. Peserta wajib menanda Tangan **Surat Pernyataan** Bermaterai ( terlampir )

Demikian kami sampaikan atas kerja sama Bapak Kami Ucapkan Terimakasih

Wasslamualaikum Wr.Wb

PT BANK SYARIAH MANDIRI  
REGION I/SUMATERA

Ahmad Zailani  
Regional Head

Mardianto  
RBS Manager

Tabel Nilai t

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657	1
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	2
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	3
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	4
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	6
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	7
8	1,397	<b>1,860</b>	2,306	2,896	3,355	8
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	9
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	10
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	11
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	12
13	1,350	<b>1,771</b>	2,160	2,650	3,012	13
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	14
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	15
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	16
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	17
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	18
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	19
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	20
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	21
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	22
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	23
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	24
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	25
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	26
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	27
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	28
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	29
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	30
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	31
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	32
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	33
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	34
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	35
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	36
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	37
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	38
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	39

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)



**Tabel Nilai t**

<b>d.f</b>	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	<b>d.f</b>
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)

**Tabel Nilai t**

<b>d.f</b>	$t_{0,10}$	$t_{0,05}$	$t_{0,025}$	$t_{0,01}$	$t_{0,005}$	<b>d.f</b>
<b>79</b>	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	<b>79</b>
<b>80</b>	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	<b>80</b>
<b>81</b>	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	<b>81</b>
<b>82</b>	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	<b>82</b>
<b>83</b>	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	<b>83</b>
<b>84</b>	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	<b>84</b>
<b>85</b>	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	<b>85</b>
<b>86</b>	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	<b>86</b>
<b>87</b>	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	<b>87</b>
<b>88</b>	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	<b>88</b>
<b>89</b>	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	<b>89</b>
<b>90</b>	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	<b>90</b>
<b>91</b>	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	<b>91</b>
<b>92</b>	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	<b>92</b>
<b>93</b>	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	<b>93</b>
<b>94</b>	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	<b>94</b>
<b>95</b>	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	<b>95</b>
<b>96</b>	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	<b>96</b>
<b>97</b>	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	<b>97</b>
<b>98</b>	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	<b>98</b>
<b>99</b>	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	<b>99</b>
<b>Inf.</b>	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	<b>Inf.</b>

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)

Tabel Nilai  $F_{0,05}$

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120		
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	244	246	248	249	250	251	252	253	254
2	18,5	19,0	19,2	19,2	19,3	19,3	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5
3	10,1	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,89	8,85	8,81	8,79	8,74	8,70	8,66	8,64	8,62	8,59	8,57	8,55	8,53
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,91	5,86	5,80	5,77	5,75	5,72	5,69	5,66	5,63
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,77	4,74	4,68	4,62	4,56	4,53	4,50	4,46	4,43	4,40	4,37
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,00	3,94	3,87	3,84	3,81	3,77	3,74	3,70	3,67
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,64	3,57	3,51	3,44	3,41	3,38	3,34	3,30	3,27	3,23
8	5,32	4,46	4,07	3,84	3,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,35	3,28	3,22	3,15	3,12	3,08	3,04	3,01	2,97	2,93
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,14	3,07	3,01	2,94	2,90	2,86	2,83	2,79	2,75	2,71
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,98	2,91	2,85	2,77	2,74	2,70	2,66	2,62	2,58	2,54
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,85	2,79	2,72	2,65	2,61	2,57	2,53	2,49	2,45	2,40
12	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11	3,00	2,91	2,85	2,80	2,75	2,69	2,62	2,54	2,51	2,47	2,43	2,38	2,34	2,30
13	4,67	3,81	3,41	3,13	3,03	2,92	2,83	2,77	2,71	2,67	2,60	2,53	2,46	2,42	2,38	2,34	2,30	2,25	2,21
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,76	2,70	2,65	2,60	2,53	2,46	2,39	2,35	2,31	2,27	2,22	2,18	2,13
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,71	2,64	2,59	2,54	2,48	2,40	2,33	2,29	2,25	2,20	2,16	2,11	2,07
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,42	2,35	2,28	2,24	2,19	2,15	2,11	2,06	2,01
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,61	2,55	2,49	2,45	2,38	2,31	2,23	2,19	2,15	2,10	2,06	2,01	1,96
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,34	2,27	2,19	2,15	2,11	2,06	2,02	1,97	1,92
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,54	2,48	2,42	2,38	2,31	2,23	2,16	2,11	2,07	2,03	1,98	1,93	1,88
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,51	2,45	2,39	2,35	2,28	2,20	2,12	2,08	2,04	1,99	1,95	1,90	1,84
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,25	2,18	2,10	2,05	2,01	1,96	1,92	1,87	1,81
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,46	2,40	2,34	2,30	2,23	2,15	2,07	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,78
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,44	2,37	2,32	2,27	2,20	2,13	2,05	2,01	1,96	1,91	1,86	1,81	1,76
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,42	2,36	2,30	2,25	2,18	2,11	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,79	1,73
25	4,24	3,39	2,99	2,76	2,60	2,49	2,40	2,34	2,28	2,24	2,16	2,09	2,01	1,96	1,92	1,87	1,82	1,77	1,71
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,33	2,27	2,21	2,16	2,09	2,01	1,93	1,89	1,84	1,79	1,74	1,68	1,62
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,08	2,00	1,92	1,84	1,79	1,74	1,69	1,64	1,58	1,51
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,92	1,84	1,75	1,70	1,65	1,59	1,53	1,47	1,39
120	3,92	3,07	2,68	2,45	2,29	2,18	2,09	2,02	1,96	1,91	1,83	1,75	1,66	1,61	1,55	1,50	1,43	1,35	1,22
	3,84	3,00	2,60	2,37	2,21	2,10	2,01	1,94	1,88	1,83	1,75	1,67	1,57	1,52	1,46	1,39	1,32	1,22	1,00

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)



34	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
35	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	45
36	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	41
37	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	46
38	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
39	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
40	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	46
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
42	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
43	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	43
44	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
45	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
46	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
49	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
50	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
51	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42

## Lampiran 2

### DATA MENTAH KUESIONER VARIABEL X2

Responden	VARIABEL X2										JUMLAH
	PL1	PL2	PL3	PL4	PL5	PL6	PL7	PL8	PL9	PL10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	46
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	45
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
7	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
8	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	45
9	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
10	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
11	2	5	5	4	4	4	4	5	4	5	42
12	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	45
13	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47
14	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	43
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
16	2	4	4	4	5	4	5	4	5	5	42
17	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
18	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	41
19	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
20	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
23	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43
24	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
25	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	45
26	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	40
27	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	46
28	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	46
29	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	45
30	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	40
31	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
32	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	47
33	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43

34	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	43
30	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
31	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	45
32	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
33	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
34	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
35	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	41
36	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	46
37	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
38	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
39	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	46
40	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
41	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
42	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
43	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
46	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
47	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	45
48	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38
49	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	42
50	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	45
51	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	41

**LAMPIRAN 3****DATA MENTAH KUESIONER VARIABEL X3**

Responden	BL1	BL2	BL3	BL4	BL5	BL6	BL7	BL8	BL9	BL10	Jumlah
1	4	4	2	4	5	4	4	4	5	4	43
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	5	5	5	5	5	5	4	5	2	5	46
4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	41
5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	44
6	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	45
7	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	46
8	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	41
9	4	4	4	5	5	4	5	2	4	5	43
10	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	42
11	4	3	4	4	4	5	4	4	4	2	42
12	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	44
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	5	2	5	5	5	5	4	5	2	5	45
15	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	41
16	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
17	5	4	5	5	5	5	4	5	5	2	44
18	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	40
19	5	3	4	5	5	4	4	5	4	5	43
20	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	41
21	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
22	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	47
23	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	45
24	4	2	4	3	4	3	4	4	4	1	39





## Lampiran IV

### DATA MENTAH KUESIONER KEPUTUSAN (Y)

Responden	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	KP11	KP12	KP13	KP14	Jumlah
1	4	2	4	4	2	5	4	4	5	4	4	5	5	5	63
2	3	3	4	4	3	2	4	4	4	3	5	4	5	4	55
3	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	59
4	3	3	2	5	3	2	5	4	4	3	5	4	3	4	53
5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	5	56
6	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	5	59
7	4	4	5	4	4	2	5	4	5	4	3	5	5	5	61
8	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	54
9	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	3	4	4	4	58
10	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	62
11	2	2	4	4	2	5	4	4	4	2	3	4	4	4	53
12	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	63
13	3	3	4	4	3	3	4	5	5	3	2	5	2	4	54
14	3	2	5	4	2	5	4	4	4	3	4	5	3	4	59
15	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	57
16	3	3	4	5	3	2	5	5	4	3	4	4	5	5	59
17	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	5	60
18	3	3	3	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	55
19	2	2	5	4	2	5	4	5	4	2	3	5	5	4	60
20	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	55
21	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	57
22	5	5	3	4	5	2	4	4	4	5	2	3	5	4	52
23	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	57
24	2	2	3	4	2	2	4	4	5	2	2	4	2	4	50
25	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	61

26	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	53
27	3	3	4	4	3	2	4	4	4	3	4	5	3	4	54
28	3	3	3	5	3	4	5	5	5	3	5	4	3	5	61
29	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	58
30	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	64
31	2	2	4	4	2	3	4	4	4	2	2	4	4	4	51
32	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	66
33	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	5	5	4	5	57
34	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	56
35	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	62
36	2	2	4	4	2	5	4	4	4	2	3	4	4	4	53
37	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	63
38	3	3	4	4	3	3	4	5	5	3	2	5	2	4	54
39	3	3	5	4	3	5	4	4	4	3	4	5	3	4	59
40	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	57
41	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	55
42	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	57
43	5	5	3	4	5	2	4	4	4	5	2	3	5	4	52
44	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	57
45	2	2	3	4	2	2	4	4	5	2	2	4	2	4	50
46	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	61
47	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	5	56
48	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	5	59
49	4	4	5	4	4	2	5	4	5	4	3	5	5	5	61
50	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	54
51	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	3	4	4	4	58



	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
PR8	Pearson Correlation	.138	.027	.053	.355*	.734**	.505**	.598*	1	.505*	1.000**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.333	.849	.714	.011	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
PR9	Pearson Correlation	.313*	.154	.158	.379**	.261	1.000**	.574*	.505*	1	.505**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.025	.279	.269	.006	.064	.000	.000	.000		.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
PR10	Pearson Correlation	.138	.027	.053	.355*	.734**	.505**	.598*	1.000**	.505*	1	.747**
	Sig. (2-tailed)	.333	.849	.714	.011	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
TOTAL_P R	Pearson Correlation	.365**	.346*	.402**	.649**	.448**	.728**	.739*	.747*	.728*	.747**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.013	.003	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51

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

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	10

**Correlations**

	PL1	PL2	PL3	PL4	PL5	PL6	PL7	PL8	PL9	PL10	TOTAL_PL
PL1 Pearson Correlation	1	-.041	-.029	.038	.109	.208	.186	-.080	.118	-.033	.357**
Sig. (2-tailed)		.763	.832	.779	.426	.124	.169	.557	.387	.810	.007
N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56
PL2 Pearson Correlation	-.041	1	.964*	.203	-.133	.087	.072	.445*	.223	.229	.501**
Sig. (2-tailed)	.763		.000	.133	.329	.523	.597	.001	.098	.089	.000
N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56
PL3 Pearson Correlation	-.029	.964*	1	.214	-.105	.100	.093	.435*	.231	.244	.520**
Sig. (2-tailed)	.832	.000		.114	.442	.461	.493	.001	.087	.070	.000
N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56
PL4 Pearson Correlation	.038	.203	.214	1	.138	.185	.385*	.236	.240	.238	.508**
Sig. (2-tailed)	.779	.133	.114		.309	.173	.003	.080	.075	.078	.000
N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56
PL5 Pearson Correlation	.109	-.133	-.105	.138	1	.166	.408*	.153	.335*	.515*	.487**
Sig. (2-tailed)	.426	.329	.442	.309		.222	.002	.261	.012	.000	.000
N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56
PL6 Pearson Correlation	.208	.087	.100	.185	.166	1	.358*	.036	.473*	.220	.513**
Sig. (2-tailed)	.124	.523	.461	.173	.222		.007	.793	.000	.104	.000
N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56
PL7 Pearson Correlation	.186	.072	.093	.385*	.408*	.358*	1	.346*	.660*	.659*	.738**
Sig. (2-tailed)	.169	.597	.493	.003	.002	.007		.009	.000	.000	.000
N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56
PL8 Pearson Correlation	-.080	.445*	.435*	.236	.153	.036	.346*	1	.167	.504*	.544**
Sig. (2-tailed)	.557	.001	.001	.080	.261	.793	.009		.219	.000	.000
N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56
PL9 Pearson Correlation	.118	.223	.231	.240	.335*	.473*	.660*	.167	1	.576*	.703**
Sig. (2-tailed)	.387	.098	.087	.075	.012	.000	.000	.219		.000	.000

N		56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56
PL1	Pearson					.515 <sup>*</sup>		.659 <sup>*</sup>	.504 <sup>*</sup>	.576 <sup>*</sup>		
0	Correlation	-.033	.229	.244	.238	*	.220	*	*	*	1	.715 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.810	.089	.070	.078	.000	.104	.000	.000	.000		.000
	N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56
TO	Pearson	.357 <sup>*</sup>	.501 <sup>*</sup>	.520 <sup>*</sup>	.508 <sup>*</sup>	.487 <sup>*</sup>	.513 <sup>*</sup>	.738 <sup>*</sup>	.544 <sup>*</sup>	.703 <sup>*</sup>	.715 <sup>*</sup>	
TAL	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1
_PL	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56

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

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

### UJI RELIA

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	10

**Correlations**

		BL1	BL2	BL3	BL4	BL5	BL6	BL7	BL8	BL9	BL10	TOTAL L_BL
BL1	Pearson Correlation	1	.181	.308*	.299*	.455**	.377**	.313*	.789**	.127	.409**	.728**
	Sig. (2-tailed)		.204	.028	.033	.001	.006	.025	.000	.373	.003	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
BL2	Pearson Correlation	.181	1	.184	.210	.180	.191	.180	.143	.150	.180	.349*
	Sig. (2-tailed)	.204		.197	.140	.207	.180	.207	.318	.292	.206	.012
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
BL3	Pearson Correlation	.308*	.184	1	.215	.341*	.409**	.117	.206	.055	.161	.410**
	Sig. (2-tailed)	.028	.197		.129	.014	.003	.414	.147	.703	.258	.003
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
BL4	Pearson Correlation	.299*	.210	.215	1	.331*	.169	.005	.229	-.115	.317*	.325*
	Sig. (2-tailed)	.033	.140	.129		.018	.236	.974	.106	.420	.024	.020
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
BL5	Pearson Correlation	.455**	.180	.341*	.331*	1	.465**	.372**	.348*	.372**	.512**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.001	.207	.014	.018		.001	.007	.012	.007	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
BL6	Pearson Correlation	.377**	.191	.409**	.169	.465**	1	.272	.362**	.272	.437**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.006	.180	.003	.236	.001		.054	.009	.054	.001	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
BL7	Pearson Correlation	.313*	.180	.117	.005	.372**	.272	1	.100	.339*	.363**	.526**
	Sig. (2-tailed)	.025	.207	.414	.974	.007	.054		.483	.015	.009	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
BL8	Pearson Correlation	.789**	.143	.206	.229	.348*	.362**	.100	1	.141	.359**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.000	.318	.147	.106	.012	.009	.483		.323	.010	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
BL9	Pearson Correlation	.127	.150	.055	-.115	.372**	.272	.339*	.141	1	.148	.333*



	Sig. (2-tailed)	.373	.292	.703	.420	.007	.054	.015	.323		.301	.017
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
BL10	Pearson Correlation	.409**	.180	.161	.317*	.512**	.437**	.363**	.359**	.148	1	.583**
	Sig. (2-tailed)	.003	.206	.258	.024	.000	.001	.009	.010	.301		.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
TOTAL	Pearson Correlation	.728**	.349*	.410**	.325*	.706**	.726**	.526**	.548**	.333*	.583**	1
L_BL	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.003	.020	.000	.000	.000	.000	.017	.000	
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51

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

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.741	10





	Sig. (2-tailed)	.030	.060	.195	1.000	.086	.651	.518	.741	1.000	.030	.124	1.000	.342	.001
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
KP14	Pearson Correlation	.272	.206	.097	.149	.173	.069	.471*	.017	.187	.272	.059	.268	.136	.471**
	Sig. (2-tailed)	.054	.147	.499	.296	.224	.631	.000	.903	.190	.054	.682	.057	.342	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
TOTAL_KP	Pearson Correlation	.447**	.349*	.489**	.356*	.322*	.330*	.320*	.487**	.426**	.447**	.394**	.528**	.445**	.471**
	Sig. (2-tailed)	.001	.012	.000	.010	.021	.018	.022	.000	.002	.001	.004	.000	.001	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51

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

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	14

## UJI NORMAL

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.57635081
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.063
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

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

## UJI LINEAR

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KP * PR	Between Groups	(Combined)	232.124	12	19.344	1.501	.166
		Linearity	66.840	1	66.840	5.188	.028
		Deviation from Linearity	165.284	11	15.026	1.166	.342
Within Groups			489.562	38	12.883		
Total			721.686	50			

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KP *	Between	(Combined)	176.603	10	17.660	1.296	.266
PL	Groups	Linearity	6.738	1	6.738	.494	.486
		Deviation from Linearity	169.865	9	18.874	1.385	.227
Within Groups			545.083	40	13.627		
Total			721.686	50			

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KP *	Between	(Combined)	109.230	8	13.654	.936	.497
BL	Groups	Linearity	44.659	1	44.659	3.063	.087
		Deviation from Linearity	64.572	7	9.225	.633	.726
Within Groups			612.456	42	14.582		
Total			721.686	50			

UJI MULTI

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	59.350	17.755		3.343	.002		
	PR	-.382	.193	-.246	-1.158	.293	.836	1.196
	PL	.000	.183	.000	.002	.999	.916	1.092
	BL	.352	.255	.157	3.021	.003	.838	1.194

a. Dependent Variable: KP

## UJI HETEROSKEDASTISITAS

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	10.597	9.814		1.080	.286
	PR	.001	.107	.001	.007	.994
	PL	-.077	.101	-.115	-.759	.451
	BL	-.103	.141	-.115	-.727	.471

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## UJI R

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.337 <sup>a</sup>	.114	.057	3.689

a. Predictors: (Constant), BL, PL, PR

## UJI F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82.172	3	27.391	3.113	.002 <sup>b</sup>
	Residual	639.514	47	13.607		
	Total	721.686	50			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), BL, PL, PR

## UJI T DAN BERGANDA

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	59.350	17.755		3.343	.002
	PR	-.382	.193	-.246	-1.158	.293
	PL	.000	.183	.000	.002	.999
	BL	.352	.255	.157	3.021	.003

a. Dependent Variable: KP









