

**FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEDAGANG  
PASAR SIPIROK DALAM MEMILIH PRODUK  
BANK SYARIAH**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**OLEH :**

**NINA ERLINDA HARAHAP  
NIM : 15 401 00096**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN  
2020**



**FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEDAGANG  
PASAR SIPIROK DALAM MEMILIH PRODUK  
BANK SYARIAH**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**OLEH :**

**NINA ERLINDA HARAHAHAP**

**NIM : 15 401 00096**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

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

**2020**





**FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEDAGANG  
PASAR SIPIROK DALAM MEMILIH PRODUK  
BANK SYARIAH**

**SKRIPSI**

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

**OLEH**

**NINA ERLINDA HARAHAP  
NIM. 15 401 00096**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**PEMBIMBING I**

**Nofinawati, SEL., M.A.  
NIP. 19821116 201101 2 003**

**PEMBIMBING II**

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

**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 Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

---

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **NINA ERLINDA HARAHAHAP**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, *26 Agustus* 2020  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **NINA ERLINDA HARAHAHAP** yang berjudul "**Faktor Penentu Keputusan Pedagang Pasar Sipirok Dalam Memilih Produk Bank Syariah**".

Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

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

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Nofinawati, SEL., M.A.**  
**NIP. 19821116 201101 2 003**

**PEMBIMBING II**

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



### SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **NINA ERLINDA HARAHAHAP**  
NIM : 1540100096  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Faktor penentu Keputusan Pedagang Pasar Sipirok Dalam Memilih Produk Bank Syariah**

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, 26 Agustus 2020

Saya yang Menyatakan,



**NINA ERLINDA HARAHAHAP**

**NIM. 15 401 00096**



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

---

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

Nama : **NINA ERLINDA HARAHAAP**  
NIM : 1540100096  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Faktor Penentu Keputusan Pedagang Pasar Sipirok Dalam Memilih Produk Bank Syariah.**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 26 Agustus 2020

Yang menyatakan,



**NINA ERLINDA HARAHAAP**

**NIM.15 401 00096**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDEMPUAN  
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 : NINA ERLINDA HARAHAP**  
**Nim : 15 401 00096**  
**Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah**  
**Judul Skripsi : Faktor Penentu Keputusan Pedagang Pasar Sipirok dalam Memilih Produk Bank Syariah**

**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/73,75 (B-)**  
**IPK : 3,21**  
**Predikat : SANGAT MEMUASKAN**





**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 PENENTU KEPUTUSAN PEDAGANG  
PASAR SIPIROK DALAM MEMILIH PRODUK  
BANK SYARIAH**

**NAMA : NINA ERLINDA HARAHAP**

**NIM : 15 401 00096**

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 : NINA ERLINDA HARAHAAP  
Nim : 15 401 00096  
Judul Skripsi : Faktor Penentu Keputusan Pedagang Pasar Sipirok dalam Memilih Produk Bank Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kecenderungan pedagang terhadap bank konvensional lebih banyak yang menggunakan jasa konvensional daripada pengguna jasa bank syariah. Pedagang atau pelaku usaha cenderung melakukan transaksi untuk menyimpan dananya ataupun melakukan pembiayaan untuk menjalankan usahanya. Oleh sebab itu, adanya peluang perbankan syariah dalam menarik minat pedagang untuk menggunakan jasanya dengan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah serta memberikan kualitas pelayanan yang baik. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang pasar Sipirok dalam memilih produk jasa Bank Syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang pasar Sipirok dalam memilih produk jasa Bank Syariah.

Pembahasan penelitian ini adalah pengertian pengambilan keputusan, faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, produk bank syariah, pengertian lokasi, jenis-jenis lokasi, tujuan strategis lokasi, faktor-faktor lokasi, pengertian kualitas pelayanan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dengan jumlah sampel 31 orang. Pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji determinasi ( $R^2$ ), uji analisis regresi linear berganda, uji t (uji parsial), uji F (simultan)

Hasil penelitian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pedagang. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = (3,686 > 1,701)$ . Dan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = (3,909 > 1,701)$ . Sedangkan secara simultan (uji F) menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel} (63,949 > 3,34)$  dan untuk nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga nilai sig  $< 0,05 (0,000 < 0,05)$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya, terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang pasar Sipirok dalam memilih produk jasa Bank Syariah Mandiri Sipirok. Dengan tingkat pengaruhnya dapat dilihat dari uji hipotesis, dimana  $R^2$  variabel sebesar 82 % yang dipengaruhi oleh variabel ini sedangkan 18 % dipengaruhi oleh variabel lain yang peneliti tidak cantumkan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pedagang**



## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran 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, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Faktor Penentu Keputusan Pedagang Pasar Sipirok dalam Memilih Produk Bank Syariah ”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada bidang Perbankan Syariah Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti banyak menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu peneliti menerima kritik dan saran pembaca. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terima kasih utamanya kepada:

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



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

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, MA., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah. Dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A., sebagai Pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu. M.M Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag. selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, motivasi dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.



6. Bapak kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teristimewa penghargaan dan terima kasih yang tak ternilai saya hanturkan kepada Ayahanda Haris Muda Harahap beliau adalah salah satu semangat saya agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong saya menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah dan ibunda Elly Damayanti Siregar yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah penulis. Serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
8. Terimakasih kepada saudara saya Abdul Darim Aspar Harahap, Harmadi Nuansyah Harahap, Ardani Syaputra Harahap Anggina Ayuni Harahap yang selalu membantu dengan baik moril maupun materil, memberikan semangat, motivasi dan do'a selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini. Serta Oppung saya, Udak dan Semua Bou saya dan seluruh keluarga besar saya yang senantiasa memberi bantuan doa dan dukungannya, terima kasih juga penulis ucapkan kepada sahabat-sahabat saya Nova Yulianti Elisa, Putri Halimatussaadah, Mariati, Rosliana Siregar, Gusti Amelia Sardevi Harahap, Bintang Syaputri Siregar serta kakak-kakak dan adek-adek kost BT, Winda Hariani Dasopang, Mariana Siregar, Hotnita Parapat dan teman-teman



Perbankan Syariah-3 angkatan 2015 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan motivasi kepada penulis selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan skripsi ini.

Ungkapan terimakasih, peneliti hanya mampu berdo'a semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, diterima di sisi-Nya dan dijadikan-Nya amal saleh serta mendapatkan imbalan yang setimpal, peneliti juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti, untuk itu penelitian mengharapkan kritik dan saran yang bersifat memperbaiki.

Padangsidempuan, 2020

Peneliti,

**NINA ERLINDA HARAHAHAP**  
NIM.15 401 00096



## 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	Sad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma Terbalik Di Atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ’ ..	Apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

## 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 haraka transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
— و	Dommah	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
.....ا.....	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas



### 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

- a. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah, kasrah dan dummah*, 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:

اَل . 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 Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*.

Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.



## DAFTAR ISI

Halaman

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING**

**SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING**

**SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

**ABSTRAK ..... i**

**KATA PENGANTAR..... ii**

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN ..... vi**

**DAFTAR ISI..... xi**

**DAFTAR TABEL..... xiv**

**DAFTAR GAMBAR..... xv**

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Identifikasi Masalah..... 7

C. Batasan Masalah..... 7

D. Defenisi Operasional Variabel ..... 8

E. Rumusan Masalah ..... 9

F. Tujuan Penelitian ..... 9

G. Kegunaan Penelitian..... 9

H. Sistematika Pembahasan ..... 10

### **BAB II LANDASAN TEORI**

**A. Kerangka Teori ..... 13**

1. Pengambilan keputusan..... 13

a. Pengertian keputusan ..... 13

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi perilaku Konsumen..... 16

2. Produk Bank Syariah..... 18

a. Produk Pendanaan..... 18

b. Produk Pembiayaan..... 21

c. Produk Jasa Perbankan..... 22

3. Lokasi..... 25

a. Pengertian Lokasi..... 25

b. Tujuan Strategi Lokasi .....	26
c. Faktor-faktor pengaruh dalam pemilihan lokasi .....	27
4. Kualitas Pelayanan .....	28
a. Pengertian kualitas pelayanan .....	28
b. Kualitas pelayanan dalam perspektif islam .....	31
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>33</b>
<b>C. Kerangka Pikir .....</b>	<b>36</b>
<b>D. Hipotesis .....</b>	<b>37</b>

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....</b>	<b>39</b>
<b>B. Jenis Penelitian.....</b>	<b>39</b>
<b>C. Populasi dan Sampel.....</b>	<b>39</b>
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	40
<b>D. Sumber Data.....</b>	<b>41</b>
<b>E. Instrumen Pengumpulan Data.....</b>	<b>42</b>
1. Angket.....	42
2. Dokumentasi .....	44
<b>F. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>44</b>
1. Uji Validitas .....	44
2. Uji Reabilitas .....	45
3. Analisis Deskriptif .....	45
4. Pengujian Asumsi Klasik.....	46
a) Uji Normalitas.....	46
b) Uji Multikolinearitas .....	46
c) Uji Autokorelasi.....	47
d) Uji Heteroskedastisitas.....	48
5. Uji Hipotesis .....	48
a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
b. Uji Parsial (uji t).....	49
c. Uji Simultan (uji F).....	50
6. Analisis Regresi Berganda.....	50

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

<b>A. Gambaran Umum Pasar Sapirok.....</b>	<b>52</b>
1. Struktur Organisasi Pasar Sapirok .....	53
2. Deskripsi Tanggapan Responden.....	54
<b>B. Hasil Analisa Data.....</b>	<b>65</b>
1. Hasil Validitas .....	65
2. Hasil Reliabilitas.....	68
3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	68
4. Hasil Asumsi Klasik .....	69
a. Hasil Normalitas.....	69
b. Hasil Multikolenieritas .....	71
c. Hasil Autokorelasi.....	71



d. Hasil Heteroskedastisitas.....	73
5. Hasil Hipotesis .....	74
a. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	74
b. Hasil Signifikan Parsial (Uji t) .....	75
c. Hasil Simultan (F) .....	76
6. Analisis Regresi Berganda .....	77
<b>C. Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>79</b>
<b>D. Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>83</b>
<b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>85</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>86</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1 Jumlah Pedagang Pasar Sipirok yang Menggunakan dan tidak Menggunakan Bank Syariah .....	6
Tabel I.2 Defenisi Operasional .....	8
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel III.1 Alternatif Jawabab Angket.....	43
Tabel III.2 Kisi-kisi Angket .....	43
Tabel IV.1 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.....	55
Tabel IV.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan .....	58
Tabel IV.3 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pedagang .....	62
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Lokasi.....	66
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	67
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Keputusan .....	67
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel IV.8 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif .....	69
Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas .....	70
Tabel IV.10 Hasil Uji Multikoleniaritas .....	71
Tabel IV.11 Hasil Uji Autokorelasi .....	72
Tabel IV.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	73
Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R) .....	74
Tabel IV.14 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	75
Tabel IV.15 Hasil Uji Simultasn (Uji F).....	76
Tabel IV.16 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	77



## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1 : Skema Kerangka Pikir ..... 37

Gambar IV.4: Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 73

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lembar Kuesioner

Data Jawaban Responden

Hasil Uji Penelitian

F Tabel Statistik

R Tabel Statistik

Tabel Durbin Watson

Mohon Izin Riset

Surat Balasan Riset

Dokumentasi



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perbankan adalah satu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu (1) menerima simpanan uang, (2) meminjamkan uang, dan (3) memberikan jasa pengiriman uang. Di dalam sejarah perekonomian kaum muslimin, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah SAW.<sup>1</sup> Salah satu fungsi utama bank ialah memberikan pelayanan jasa kepada pihak yang memerlukannya baik nasabah atau bukan nasabah. Pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah dengan berbagai jasa bank dan dibagi sesuai jenis akadnya antara lain: *wakalah, kafalah, hawalah, rahn, qard, dan sharf*.

Pelayanan jasa merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan memberikan pelayanan jasa bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Semakin ketatnya persaingan antar bank, membuat bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank

---

<sup>1</sup>Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: IIIT Indonesia, 2003), hlm.22.

Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh bank syariah menggunakan berbagai jenis akad sesuai dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah.

Kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh dalam perbankan karena kepuasan nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Menurut Qori Aulia semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah maka akan semakin tinggi tingkat keputusan untuk memilih jasa perbankan syariah.<sup>2</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dari Ibu Lusi pada hari Kamis tanggal 25 Juli 2019 pukul 15:00 WIB

Menurut Ibu Lusi produk yang ditawarkan di bank syariah cukup banyak dan Bank Syariah kurang dalam mempromosikan produk Perbankan ke dalam pasar, sehingga seluruh pedagang bingung akan perbedaan produk tersebut dan mereka juga berfikir jika bank syariah produknya sama dengan bank konvensional<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Qori Aulia, *Pengaruh Atribut dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Jasa Perbankan Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Skripsi, 2018 hlm. 96.

<sup>3</sup> Wawancara dengan Ibu Lusi Pedagang Sayuran pada hari Kamis tanggal 25 Juli pukul 15:00 WIB

Ibu Lemi yang biasa disapa Mimi seorang pedagang pakaian yang memiliki tabungan di bank syariah memberikan alasan “lebih memilih bank syariah karena terjamin kehalalannya dan ingin menjauhi riba”.<sup>4</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Agus Siregar pedagang sepatu di Pasar Sipirok, Senin 29 Juli 2019 Pukul 14.00 WIB. Dia mengaku kurang paham tentang bank syariah, dan beliau juga belum pernah menabung di bank syariah, Bapak Agus juga mengatakan “Fasilitas dan pelayanan di bank konvensional lumayan cepat tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan jasa yang di inginkan”.<sup>5</sup>

Lokasi yang jauh dari jangkauan pedagang dapat menentukan keputusan nasabah dalam menggunakan Bank Syariah Mandiri, karena kantor yang jauh akan menyulitkan nasabah untuk meninggalkan dagangannya untuk pergi ke bank syariah tersebut. Sebagian pedagang pertama tidak berniat ingin menggunakan bank syariah tetapi karna lokasi bank syariah dekat dengan pedagang dapat menarik perhatian pedagang dalam menggunakan bank syariah tersebut. Dengan terjangkaunya lokasi bank syariah dari pedagang akan memudahkan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah tersebut.

Menurut Agus Wahyudi Salasa Gama dan Ni Wayan Rustiarini jika lokasi usaha strategis dapat menarik para pembeli, lokasi ini juga

---

<sup>4</sup>Wawancara dengan Ibu Lemi Pedagang Pakaian pada hari Kamis tanggal 25 Juli pukul 15:00

<sup>5</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Agus, (Pedagang Pakaian di Pasar Sipirok), Senin 29 Juli 2019 Pukul 14.00 WIB.



merupakan faktor yang paling dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian.<sup>6</sup>

Pasar Sipirok terletak pada kabupaten Tapanuli Selatan Sumatera Utara. Pasar ini merupakan pasar tradisional yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Hari Kamis merupakan hari pekan di Sipirok. Banyak sekali orang yang datang dari luar Sipirok untuk berjualan pada hari Kamis. Namun sekarang hari pekan bukan hanya hari Kamis saja tetapi setiap hari, dimana pasar ini tempat orang mencari rezeki dan tempat bertemunya penjual dan pembeli dan melakukan transaksi<sup>7</sup>. Pedagang di pasar Sipirok banyak membutuhkan modal untuk menjalankan usahanya, dan pedagang di pasar Sipirok banyak yang memanfaatkan perbankan untuk memperoleh modal usahanya. Sebagian besar pedagang lebih memilih jasa perbankan konvensional daripada perbankan syariah, dan sebagian tidak tahu mengenai bank syariah, dan produk-produk apa saja yang dimiliki bank syariah.

Adapun faktor-faktor penentu keputusan konsumen yaitu faktor eksternal yaitu lingkungan sosial budaya yang dapat memengaruhi pola pikir konsumen karena dorongan dari berbagai situasi dan kondisi yang

---

<sup>6</sup> Agus Wahyudi Salasa Gama dan Ni Wayan Rustiarini , “ Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian,” dalam Jurnal, Volume 11, No. 1, Tahun 2016, hlm. 24.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Bapak Muhammad Arif salah satu petugas pasar pada hari Senin 15 Juli 2019 pada pukul 13.20 Wib.

ada di sekitar. Sedangkan dalam diri konsumen dapat dipengaruhi oleh psikologis seperti motivasi, persepsi, kepercayaan dan proses belajar.<sup>8</sup>

Menurut Alvin Handrianto Saputra dan Rinda Hesti Kusumaningtyas dalam penelitiannya keputusan pembelian barang/jasa termasuk jasa perbankan sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi keyakinan, lokasi dan psikologi.<sup>9</sup>

Diminati atau tidak diminatinya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Dan bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa layanan perbankan yaitu konsumsi, produk, jenis tabungan, pelayanan, kesadaran masyarakat dan promosi.<sup>10</sup> Karena ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih jasa bank syariah, maka peneliti akan membatasi faktor-faktor tersebut hanya pada faktor lokasi dan faktor kualitas pelayanan saja

Dalam hal ini fenomena yang terjadi adalah minimnya niat pedagang untuk memilih jasa bank syariah. Jumlah pedagang di pasar Sipirok yaitu mayoritas muslim, tetapi sebagian dari pedagang tidak mengetahui apa itu bank syariah, para pedagang menganggap bahwa bank syariah dan bank konvensional adalah sama yang membedakan hanya

---

<sup>8</sup> Basu Swasta Dharmmesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPF, 2000), hlm. 17.

<sup>9</sup> Alvin Handrianto Saputra dan Rinda Hesti Kusumanigtyas, "Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan (Studi Kasus: Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta," dalam *Jurnal Sistem Informasi*, Volume 10, No. 1, Tahun 2017, hlm. 22.

<sup>10</sup> Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), hlm.88.

nama produknya saja. Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa jumlah pedagangnya sebanyak 305 pedagang.<sup>11</sup> Pedagang dalam kios rata-rata menjual pakaian dan pedagangnya juga kebanyakan orang Sipirok sedangkan pedagang kaki lima memiliki bermacam-macam jenis dagangan di antaranya adalah pedagang perabotan, sayur-sayuran, buah-buahan, berbagai jenis ikan, daging dan masih banyak lagi. Pedagang kaki lima bukan hanya berasal dari Sipirok tetapi juga ada yang berasal dari luar Sipirok yaitu berasal dari Sibolga dan dari Padangsidempuan. Dibawah ini adalah tabel observasi awal dengan menyebar angket yang dilakukan oleh peneliti kepada pedagang di pasar Sipirok.

**Tabel I.1**  
**Jumlah Pedagang di Pasar Sipirok yang Menggunakan dan Tidak Menggunakan Jasa Bank Syariah**

No	Bank	Jumlah Nasabah	Persentase
1	Bank syariah	98 orang	32 %
2	Bank konvensional	112 orang	37 %
3	Tidak memiliki tabungan	95 orang	31 %
<b>Total</b>		305 orang	100 %

*Sumber: Hasil angket terhadap pedagang Pasar Sipirok<sup>12</sup>*

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa pedagang di Pasar Sipirok yang menabung di bank syariah sebesar 32 persen dan 37 persen pedagang menabung pada bank konvensional dan 31 persen yang tidak menggunakan jasa bank sama

<sup>11</sup>Wawancara dengan Bapak Marwan Andi Siregar Ketua Petugas Pasar Pada Hari Kamis Tanggal 11 Juli 2019 Pukul 10:30Wib.

<sup>12</sup> Hasil Angket, Disebar pada tanggal 8 Agustus 2019 Pukul: 08.15 WIB.



sekali. Padahal yang seperti kita ketahui pedagang atau pelaku usaha pasti setiap hari membutuhkan modal untuk bahan dagangannya tetapi cukup banyak pedagang yang tidak menggunakan perbankan syariah mereka lebih memilih untuk memilih jasa koperasi.

Dari pemaparan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul. **“Faktor Penentu Keputusan Pedagang Pasar Sapirook dalam Memilih Produk Bank Syariah”**

## **B. Identifikasi Masalah**

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

1. Pedagang dalam Pasar Sapirook merupakan mayoritas muslim namun pedagang yang menjadi nasabah bank syariah masih sedikit.
2. Pelaku usaha pasti membutuhkan modal setiap harinya untuk menjalankan usahanya termasuk pedagang tetapi pedagang pasar Sapirook lebih memilih jasa koperasi daripada perbankan syariah.
3. Kurangnya informasi dari bank syariah tentang produk yang ada dalam bank syariah .

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis perlu membatasi penelitian ini hanya membahas mengenai faktor lokasi, kualitas pelayanan dalam menentukan keputusan pedagang menggunakan jasa bank syariah.

#### D. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel yang ditentukan dalam penelitian ini untuk menjelaskan masing-masing keterangan variabel yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini ditentukan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

**Tabel I.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
1	Lokasi ( $X_1$ )	Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Lokasi yang strategis dan mudah di jangkau akan dapat menentukan keputusan pedagang untuk menggunakan jasa bank syariah.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lingkungan masyarakat</li> <li>2. Kedekatan dengan pasar</li> <li>3. Fasilitas dan biaya transportasi</li> </ol>	Ordinal
2	Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	Kualitas Pelayanan juga sangat berpengaruh dalam perbankan karena kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kualitas disini baik berupa kualitas perusahaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan</li> <li>2. Daya Tanggap</li> <li>3. Jaminan</li> <li>4. Empati</li> <li>5. Bukti Langsung</li> </ol>	Ordinal
3	Keputusan Pedagang (Y)	Keputusan adalah sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas pembelian barang atau jasa. Berarti keputusan adalah pilihan, yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Sebuah keputusan merupakan pilihan yang dibuat dari sejumlah alternatif yang ada	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan masalah</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi tertentu</li> <li>4. Keputusan pembelian</li> <li>5. Perilaku konsumen</li> </ol>	Ordinal

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah lokasi dapat memengaruhi keputusan pedagang pasar Sapirook memilih produk bank syariah?
2. Apakah kualitas pelayanan dapat memengaruhi keputusan pedagang pasar Sapirook memilih produk bank syariah?
3. Apakah lokasi dan kualitas pelayanan dapat memengaruhi keputusan pedagang pasar Sapirook memilih produk bank syariah?

### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah lokasi dapat menentukan keputusan pedagang pasar Sapirook untuk menggunakan produk bank syariah
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dapat menentukan keputusan pedagang pasar Sapirook menggunakan produk bank syariah.
3. Untuk mengetahui apakah lokasi dan kualitas pelayanan dapat menentukan keputusan pedagang pasar Sapirook menggunakan produk bank syariah.

### **G. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini dijabarkan menjadi manfaat teoritis dan praktis berikut uraiannya.



a. Aspek Teoritis

1. Sebagai tambahan informasi dan referensi tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian dan memperkaya wawasan pengetahuan ilmiah sekaligus sebagai informasi dalam menunjang penelitian di masa yang akan datang.
2. Sebagai bahan kajian dan informasi bagi penelitian di masa mendatang yang berkaitan dengan masalah ini.
3. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis.

b. Aspek Praktisi

1. Bagi bank syariah, dapat membantu mengetahui gambaran dan permintaan segmen pasar yang dituju.
2. Penelitian ini dapat dijadikan pedagog sebagai bahan pertimbangan untuk menggunakan jasa bank syariah.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi ini, maka penulis mengklasifikasikan kedalam 5 (lima) bab, yang mana setiap babnya terdiri dari satu rangkaian pembahasan yang berhubungan satu dengan yang lainnya, yaitu:

BAB I didalamnya berisikan masalah yaitu uraian mengenai masalah dalam penelitian yang menjadi objek penelitian, identifikasi masalah yaitu aspek-aspek yang berhubungan dengan masalah yang menjadi objek peneliti. Identifikasi masalah berisikan aspek yang berhubungan dengan masalah yang menjadi objek penelitian dari masalah

tersebut akan muncul dan dapat diangkat sejumlah besar aspek masalah yaitu membatasi cakupan atau ruang lingkup penelitian yang hanya pada beberapa masalah yang dianggap penting, defenisi operasional variabel yaitu berikan indikator setiap variabel yang digunakan dalam penelitian, rumusan masalah yaitu berisikan rangkuman masalah yang terdapat dalam latar belakang masalah, tujuan penelitian yang berisikan maksud atau tujuan dilakukannya penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dan kegunaan penelitian yaitu berisikan manfaat dilakukannya penelitian

BAB II adalah yang didalamnya berisikan kerangka teori yang berisikan pembahasan mengenai variabel atau objek yang akan diteliti, peneliti terdahulu yaitu memuat hasil peneliti orang lain yang dapat mendukung hasil penelitian, kerangka pikir yang berisikan pemikiran peneliti tentang masalah yang ingin dipecahkan untuk melihat hubungan antara variabel yang diteliti dan hipotesis yaitu jawaban sementara atas hasil peneliti.

BAB III adalah yang didalamnya berisikan lokasi dan waktu penelitian yang memuat tempat dilakukannya penelitian serta waktu dilakukannya penelitian, jenis penelitian yaitu menjelaskan jenis penelitiannya yang akan dilakukan dan karakteristik, sumber data yaitu berisikan sumber-sumber data yang sesuai dengan penelitian, populasi dan sampel yaitu dimana populasi jumlah keseluruhan data yang akan diteliti sampel merupakan sebagian dari populasi.

Bab IV ini berisikan pembahasan tentang hasil analisis data seperti uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokolerasi, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi, uji signifikansi parsial (uji t) dan uji signifikansi simultan (uji F)

Bab V adalah berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran atau rekomendasi bagi peneliti selanjutnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Pengambilan Keputusan

###### a. Pengertian Keputusan

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang dilanjutkan dipakai dan digunakan sebagai pedoman bisnis dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu begitu besarnya pengaruh yang akan terjadi jika seandainya rekomendasi yang dihasilkan tersebut terdapat kekeliruan atau adanya kesalahan-kesalahan yang tersembunyi.<sup>13</sup>

1) Keputusan adalah sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas pembelian barang atau jasa. Berarti keputusan adalah pilihan, yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Sebuah keputusan merupakan pilihan yang dibuat dari sejumlah alternatif yang ada. Pengambilan keputusan merupakan proses identifikasi permasalahan dan kemudian menyelesaikannya.<sup>14</sup>

2) Menurut Ralp C. Davis sebagaimana telah dikutip dalam jurnal sistem informasi oleh Alvin Handrianto, Rinda Hesti

---

<sup>13</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabet, 2016), hlm. 2.

<sup>14</sup> Richard L. Daft, *Management* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 401.



Kusumaningtyas keputusan adalah suatu hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Suatu keputusan adalah suatu jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan. Keputusan harus menjawab sebuah pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan suatu perencanaan.<sup>15</sup>

Jadi dapat disimpulkan keputusan itu tidak memiliki tingkat keakuratan yang kuat jika tidak di dukung berbagai informasi yang ada. Berbaga informasi yang diterima akan di analisis secara komprehensif oleh pihak manajemen perusahaan untuk dibentuk suatu rekomendasi keputusan, selanjutnya alternatif keputusan yang ditawarkan itu diambil mana yang terbaik. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan di antara beberapa perilaku yang berbeda.

Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian yang terdiri dari :<sup>16</sup>

a) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Mereka kemudian dapat menyusun strategi pemasaran yang

---

<sup>15</sup> Alvin Handrianto, Rinda Hesti, *Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan*, Jurnal Sistem Informasi Volume 10, No. 1 Tahun 2017, hlm.22.

<sup>16</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Duabelas* ( PT Indeks 2007) hlm, 235-240.

mampu memicu minat konsumen. Ini sangat penting pada pembelian dengan kebebasan memilih (*discretionary*), motivasi konsumen perlu ditingkatkan sehingga pembeli potensial memberikan pertimbangan yang serius.

b) Pencarian informasi

Proses pengambilan keputusan dimana konsumen tergerak untuk mencari informasi tambahan, pada tingkat ini seseorang hanya menjadi lebih reseptif terhadap informasi tentang sebuah produk. Pada tingkat berikutnya seseorang dapat memasuki pencarian informasi aktif untuk mempelajari produk tersebut.

c) Evaluasi Alternatif

Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling dia sukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen bisa menganbil lima sub keputusan : merek, dealer, kuantitas, waktu, metode pembayaran.

d) Keputusan pembelian

Proses pengambilan keputusan dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi berbagai merek dalam sejumlah pilihan. Konsumen akan memperhatikan ciri-ciri dan sifat yang berkaitan langsung dengan kebutuhan mereka yang menyebabkan timbulnya keputusan.

e) Perilaku konsumen

Tahap ketika konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Tingkat kepuasan konsumen merupakan suatu fungsi dari keadaan produk yang sebenarnya dengan keadaan produk yang diharapkan konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan akan mempengaruhi aktivitas konsumen untuk melakukan pembelian berikutnya, ketika konsumen merasa tidak puas akan beralih ke merek lain.

b. **Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen**

1) Faktor- faktor Kebudayaan<sup>17</sup>

a) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu dari keinginan dan perilaku seseorang.

b) Subbudaya

Kelompok budaya berbeda yang ada segmen yang dapat dikenali dalam suatu masyarakat yang lebih besar dan lebih kompleks. Pembagian subbudaya ini didasarkan pada berbagai macam variabel sosial budaya dan demografis seperti faktor agama, faktor lokasi, faktor ras, faktor usia dan status pekerjaan.

2) Faktor Pribadi

---

<sup>17</sup> Philip Kotler, Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 159.

- a) Umum dan tahapan dalam siklus, konsumsi juga dapat dibentuk dalam tahapan siklus hidup keluarga.
- b) Pekerja. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk jasa tertentu.
- c) Gaya hidup. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang.

### 3) Faktor psikologis

- a) Motivasi. Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari satu keadaan psikologis tertentu, seperti rasa lapar, resah tidak nyaman.
- b) Persepsi. Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memiliki, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.
- c) Dalam tahap evolusi konsumen membentuk referensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merk yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan yaitu, kualitas, merk, penyaluran, waktu, metode pembayaran. Keputusan untuk membeli yang



diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan.

## 2. Produk Bank Syariah

### a. Produk Pendanaan

Produk-produk pendanaan bank syariah ditunjukkan untuk mobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan yang adil dapat dijamin bagi semua pihak. Tujuan mobilisasi dana merupakan hal penting karena Islam secara tegas mengutuk penimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan sosial ekonomi Islam. Dalam hal ini, bank syariah melakukannya tidak dengan prinsip bunga (riba), melainkan dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat Islam.

#### 1) Pendanaan dengan Prinsip Wadi'ah

*Wadi'ah* adalah titipan murni dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kepada si penitip kapan saja si penitip menghendaki.<sup>18</sup>

##### a) Giro Wadi'ah

Giro Wadi'ah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro untuk keamanan dan kemudahan pemakainnya. Karakteristik giro

---

<sup>18</sup> Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo persada, 2003), hlm.217.

wadi'ah ini mirip dengan giro pada bank konvensional, ketika kepada nasabah penyimpan diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti cek, bilyet giro, kartu ATM atau dengan menggunakan sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan tanpa biaya.

b) Tabungan Wadi'ah

Tabungan wadi'ah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya, seperti giro wadi'ah, tetapi tidak sefleksibel giro wadi'ah, karena nasabah tidak bisa menarik dananya dengan cek.

2) Pendanaan dengan prinsip Muḍhārabah

Dalam akad *muḍhārabah*, nasabah yang menyimpan uangnya di bank bertindak sebagai *shaibul mal* (pemilik dana) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Nasabah pun berhak menerima bagi hasil dari akad tersebut. prinsip *muḍhārabah* dalam produk bank syariah dapat dikembangkan untuk jenis produk giro, tabungan, maupun deposito.<sup>19</sup>

a) Tabungan Muḍhārabah

Bank Syariah menerima simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan untuk keamanan dan kemudahan

---

<sup>19</sup> Sri Indah Nikensari, *Perbankan Syariah*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2012), hlm. 129.

pemakaian seperti, rekening giro, tetapi tidak sefleksibel rekening giro, karena nasabah tidak dapat menarik dananya dengan cek. Prinsip yang digunakan dapat berupa: 1) *wadi'ah*, (titipan); 2) *qardh*, (pinjaman kebajikan); 3) *muḍhārabah* (bagi hasil).

b) Deposito/Investasi Umum (Tidak Terikat)

Bank Syariah menerima simpanan deposito berjangka (pada umumnya untuk satu bulan ke atas) ke dalam rekening investasi umum dengan prinsip *muḍhārabah al-mutlaqah*. Investasi umum ini sering disebut juga sebagai investasi tidak terikat.

c) Deposito/Investasi Khusus (Terikat)

Selain rekening investasi umum, bank syariah juga menawarkan rekening investasi khusus kepada nasabah yang ingin menginvestasikan dananya langsung dalam proyek yang disukainya yang dilaksanakan oleh bank dengan prinsip *muḍhārabah al-muqayyadah*.

d) Sukuk Al-Muḍhārabah

Akad *muḍhārabah* juga dapat dimanfaatkan oleh bank syariah untuk penghimpunan dana dengan menerbitkan *sukuk* yang merupakan obligasi Syariah. Dengan obligasi syariah, bank mendapatkan alternatif sumber dana berjangka panjang (lima

tahun atau lebih) sehingga dapat digunakan untuk pembiayaan-pembiayaan berjangka panjang.<sup>20</sup>

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan Modal Kerja

Kebutuhan pembiayaan modal kerja dapat dipenuhi dengan berbagai cara, antara lain :

a) Bagi Hasil

Kebutuhan pembiayaan modal kerja dapat dipenuhi dengan berbagai cara, antara lain:

Bagi hasil : *muḍhārabah, musyārahah*; dan

Jual beli : *murābahah, salam*.

Kebutuhan modal kerja usaha yang beragam, seperti untuk membayar tenaga kerja, rekening listrik dan air, bahan baku, dan sebagainya, dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola bagi hasil dengan akad *muḍhārabah* atau *musyārahah*. Sebagai contoh, usaha rumah makan, usaha bengkel, usaha toko kelontong, dan sebagainya.

Denan berbagi hasil, kebutuhan modal kerja pihak pengusaha terpenuhi, sementara kedua belah pihak mendapatkan manfaat dari pembagian risiko yang adil.

Agar bank syariah dapat berperan aktif dalam usaha mengurangi kemungkinan risiko, seperti *moral hazard*,

---

<sup>20</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), hlm.112-119.

maka bank dapat memilih untuk menggunakan akad *musyarakah*.

#### b) Jual Beli

kebutuhan modal kerja usaha perdagangan untuk membiayai barang dagangan dapat di penuhi dengan pembiayaan perpola jual beli dengan akad *murabahah*. Dengan jual beli, kebutuhan modal pedagang terpenuhi dengan harga tetap, sementara bank syariah mendapat keuntungan margin tetap dengan meminimalkan risiko. Prinsip ini dibagi menjadi tiga, yaitu pembiayaan *mudhārabah*, pembiayaan *salam*, dan pembiayaan *istisna'*.<sup>21</sup>

#### 2) Pembiayaan Investasi

Kebutuhan pembiayaan investasi dapat dipenuhi dengan berbagai cara, antara lain:

Bagi hasil : *mudhārabah, musyarakah*;

Jual beli : *murabahah, istishna*; dan

Sewa : *ijarah atau ijarah muntahiya bittamlik*.

#### c. Produk Jasa Perbankan

Ada beberapa jenis akad dalam pelayanan jasa bank syariah yaitu<sup>22</sup> :

##### 1) *Al-Wakalah*

---

<sup>21</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004), hlm.98.

<sup>22</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta:Kencana,2011), hlm. 193-215.

Merupakan akad antar dua pihak yang mana pihak satu menyerahkan, mendelegasikan, mewakilkan, atau memberikan mandat kepada pihak lain, dan pihak lain menjalankan amanat sesuai permintaan pihak yang mewakilkan. *Al-Wakalah* dapat diartikan sebagai pelimpahan kekuasaan seseorang kepada orang lain dalam menjalankan amanat tertentu. Dalam aplikasi perbankan, bank syariah sebagai penerima mandat, mendapat kuasa dari nasabah untuk mewakilkan urusannya.

Jenis-jenis Produk Dalam Akad *Al-Wakalah* :

- a) Kiriman Uang (Transfer)
- b) Kliring
- c) Warkat Kliring
- d) Inkaso
- e) *Intercity Clearing*
- f) *Letter of Credit, Payment*

## 2) *Al-Kafalah*

Merupakan jaminan yang diberikan oleh pemberi jaminan (penanggung) kepada pihak lain untuk memenuhi kewajiban pihak yang ditanggung. Dalam akad *kafalah*, diperjanjikan bahwa seseorang memberikan penjaminan kepada seorang kreditor yang memberikan utang kepada seorang debitur, yang mana pihak penjamin memberikan jaminan bahwa utang yang dilakukan oleh debitur kepada kreditor akan dilunasi oleh penjamin bila debitur



wanprestasi. Pemberi jaminan disebut *kafil* dan yang dijamin disebut *makful*.

3) *Al-Hawalah*

Merupakan pemindahan kewajiban membayar utang dari orang yang berutang kepada orang yang berutang lainnya. Al-Hawalah juga diartikan pengalihan kewajiban membayar utang dari beban pihak pertama kepada pihak lain yang berutang kepadanya atas dasar saling mempercayai.

4) *Ar-Rahn*

Merupakan perjanjian penyerahan barang yang digunakan sebagai agunan untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan. Beberapa ulama mendefinisikan *rahn* sebagai harta yang oleh pemiliknya digunakan sebagai jaminan utang yang bersifat mengikat.

5) *Al-Qard*

Merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah dalam membantu pengusaha kecil. Pembiayaan *qard* diberikan tanpa adanya imbalan. *Al-Qard* juga merupakan pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali sesuai dengan jumlah uang yang dipinjamkan, tanpa adanya tambahan atau imbalan yang diminta oleh bank syariah.

6) *AS-Sharf*

Merupakan pelayanan jasa bank syariah dalam pertukaran mata uang. Pertukaran valas dan rupiah dibolehkan apabila pertukaran ini tidak ditunjukkan untuk spekulasi. Arti harfiah *sharf* adalah penambahan, penukaran, penghindaran, atau transaksi jual beli.

### 3. Lokasi

Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Salah memilih lokasi perusahaan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Lokasi merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan cara penyampaian kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Dibawah ini terdapat beberapa pengertian lokasi:

- a. Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Peranan pemilihan lokasi yang tepat menentukan pendapatan atau penghasilan suatu perusahaan dan bisa bersaing dengan pasar. Dalam sektor bisnis jasa seperti lokasi kantor cabang bank, toko-toko pengecer, pusat-pusat pelayanan kesehatan masyarakat, unit pemadam kebakaran, dan lain-lain, bahan memerlukan pertimbangan-pertimbangan yang lebih kompleks.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> M. Syamsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi*, (Jakarta: PT Grasindo, 2003), hlm. 185

- b. Lokasi merupakan tempat operasional pasar sehari-hari, indikator yang dipengaruhi terkait dengan lokasi adalah kemudahan akses, tata ruang, penataan dagangan.<sup>24</sup>

Jadi dapat disimpulkan seiring berkembangnya zaman pihak perusahaan juga bersaing dalam menarik perhatian nasabah, seperti bank-bank lain yang mendirikan kantor pembantu di lokasi pasar. Begitu juga Bank Syariah Mandiri Sipirok karena dengan adanya unit bank syariah di pasar tersebut akan menarik perhatian pedagang untuk melakukan transaksi di bank syariah tersebut tanpa harus antri di bank pusat dan menghemat waktu pedagang dalam melakukan transaksi.

Lokasi terbagi beberapa jenis di antaranya sebagai berikut:

- a) Letak perusahaan berdasarkan alam.
- b) Letak perusahaan berdasarkan sejarah.
- c) Perusahaan yang ditetapkan oleh pemerintah.
- d) Letak perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi.
  - a.) Tujuan strategi lokasi

Tujuan dari strategi lokasi ini secara garis besar adalah memaksimalkan *benefit* dari lokasi. *Benefit* (manfaat) lokasi termasuk:

- 1) Efisiensi waktu biaya yang minimum
- 2) Citra perusahaan
- 3) Keuntungan (*profit*), dan
- 4) Kredibilitas.

---

<sup>24</sup> Agus Wahyudi, "Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian", dalam jurnal Vol.11,No. 1 Tahun 2016,hlm.25.

b.) Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi menurut Tjiptono antara lain:

- 1) Kemudahan (akses) atau kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi umum.
  - 2) *Visibilitias* yang baik yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
  - 3) Lokasi berada pada lalu lintas. Di mana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan yaitu:
    - a) Banyaknya orang lalu lalang dapat memberikan peluang terjadinya keputusan tidak terencana.
    - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bias pula menjadi hambatan, misalnya pelayanan polisi, pemadam kebakaran.
  - 4) Tempat parkir yang luas dan aman.
- c.) Faktor-faktor pengaruh dalam pemilihan lokasi

Secara umum faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi perusahaan<sup>25</sup>:

(1) Lingkungan masyarakat

Kesediaan masyarakat suatu daerah menerima segala konsekuensi, baik konsekuensi positif maupun negatif didirikannya suatu perusahaan di daerah tersebut merupakan suatu syarat penting.

---

<sup>25</sup> . Hani Handoko, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, (Yogyakarta: IKAPI, 2011), hlm. 67-69

(2) Kedekatan dengan pasar

Dekat dengan pasar akan membuat perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para langganan, dan sering mengurangi biaya distribusi.

(3) Fasilitas dan biaya transportasi

Perusahaan mempunyai fasilitas yang lengkap dalam mendukung kinerja perusahaan, baik fasilitas yang memberi kenyamanan bagi pelanggan atau nasabah, dan biaya transportasi bagi nasabah maksudnya dekat dengan masyarakat sehingga memudahkan pelanggan atau nasabah dalam bertransaksi, dengan perusahaan yang jauh dari masyarakat akan menyulitkan nasabah untuk bertransaksi karena transportasi yang susah maupun mahal.

#### **4. Kualitas Pelayanan**

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sebagai kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Kualitas pelayanan karyawan sebagai jaminan atas ketersediaan produk, rasa responsivitas, biaya administrasi yang lebih hemat, ketepatan waktu memberikan pelayanan dan waktu tunggu yang lebih pendek, kesempurnaan pelayanan, serta kemampuan menimbulkan kesenangan dan perasaan nyaman pada

konsumen.<sup>26</sup> Dibawah ini beberapa pengertian dari kualitas pelayanan:

- 1) Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.<sup>27</sup>
- 2) Kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan keputusan pembelian kemampuan bersaing dengan tingkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Menurut Parasuraman, dkk sebagaimana telah dikutip dalam jurnal ilmu administrasi bisnis oleh Virginia Meryanta Panjaitan dan Sri Suryoko kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pengunjung atas layanan yang mereka terima.<sup>28</sup>

Jadi dapat disimpulkan kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh dalam perbankan karena kepuasan nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas

---

<sup>26</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010) , hlm .91.

<sup>27</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan* (Jakarta: PT Prenhalindo, 2002), hlm. 7.

<sup>28</sup> Virginia Meryanta Panjaitan, Sri Suryoko, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ”, dalam Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, hlm.6.

jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat

Dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, ada lima dimensi yang harus diperhatikan oleh suatu bank, sehingga diharapkan dapat memberi rangsangan kepada calon nasabah.

Menurut Tjiptono kelima dimensi tersebut yaitu:<sup>29</sup>

1. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf.
4. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
5. Bukti langsung (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam memilih barang atau jasa

---

<sup>29</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2011), hlm. 347.



yang akan digunakan, karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka masyarakat akan semakin percaya untuk menggunakan produk atau jasa tersebut.

b. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa/pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas. Ibnu Abi Hatim meriwayatkan dari Ibnu Abbas, dia berkata, “dulu para sahabat membeli bahan makanan yang murah, lalu menyedekahkannya. Maka turunlah ayat Al-Qur’an surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ فَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ<sup>٣٠</sup> وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ (البقرة : ٢٦٧)

Artinya :”Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”<sup>30</sup>.

Dari ayat di atas dapat ditafsirkan adalah sebagai berikut:

1. Yang pertama digarisbawahinya adalah bahwa yang dinafkahkan hendaknya “yang baik-baik”. Tetapi, tidak harus semua dinafkahkan,

---

<sup>30</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Jumatul Ali Art), hlm. 45.

cukup “sebagian saja”. Ada yang berbentuk wajib dan ada juga yang anjuran. Selanjutnya dijelaskan bahwa yang dinafkahkan itu adalah “dari hasil usaha kamu” dan dari apa “yang kami”, yakni Allah “keluarkanlah dari bumi”.

2. Yang kedua, ayat diatas mengingatkan para pemberi nafkah menempatkan diri pada tempat orang yang menerima; bukankah “kamu sendiri tidak mau mengambil” yang buruk-buruk itu, “melainkan dengan memicingkan mata”?
3. Akhir ayat ini mengikatkan bahwa “Allah Mahakaya”. Dia tidak butuh kepada sedekah, baik pemberian untuk-Nya maupun untuk mahluk-mahluk-Nya. Allah dapat memberi mereka secara langsung perintah-Nya kepada manusia agar memberi nafkah kepada yang butuh, bukan karena Allah tidak mampu memberi secara langsung, tetapi perintah itu adalah untuk kepentingan dan kemaslahatan si pemberi. Namun demikian, “Dia Maha Terpuji”, antara lain karena Dia memberi ganjaran terhadap hamba-hamba-Nya yang bersedekah.<sup>31</sup>

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan erat kaitannya dengan masalah-masalah penelitian yang dilakukan setelah melakukan penelusuran terhadap penelitian terdahulu yang masalahnya terdapat kaitannya dengan masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

---

<sup>31</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah* (Jakarta: Lentera hati, 2000), hlm. 699-701.

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Alvin Handrianto Saputra (Jurnal UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017)	Identifikasi faktor penentu keputusan konsumen dalam memilih produk perbankan.	Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor pelayanan yang paling memengaruhi penentu keputusan mahasiswa/i UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam memilih produk perbankan dari faktor-faktor lainnya.
2	Nadia Nurul Ramadani (Skripsi, UMSU, 2019)	Faktor penentu keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah	Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel internal terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah.
3	Qori Aulia (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2018)	Pengaruh atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan jasa perbankan syariah dalam perspektif ekonomi Islam	Dari hasil penelitian ini terdapat pengaruh dari kualitas dan atribut produk terhadap keputusan pemilihan jasa perbankan.
4	Hanif Amali Rivai (Jurnal Ilmiah, 2016)	Identifikasi faktor penentu keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan	Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi tentang bunga dengan keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah.
5	Mei Via Indriani (Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2018)	Faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang dalam menggunakan pembiayaan pada lembaga keuangan mikro syariah	Faktor psikologi, berpengaruh positif terhadap keputusan pedagang menggunakan lembaga keuangan mikro syariah.
6	Siti Umi Kalsum (Skripsi, IAIN Salatiga, 2019)	Analisis faktor penentu keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan syariah	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara keadaan ekonomi, gaya hidup dan

			religius terhadap keputusan konsumen.
7	Dede Julianti (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2016)	Pengaruh promosi terhadap minat pedagang pasar raya Ukok Kodok menggunakan produk gadai emas	Terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat pedagang untuk menggunakan produk gadai emas.
8	Seri Devi Lubis (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2017)	Pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan Muamalat IB pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk cabang Padangsidempuan	Dari hasil penelitian bahwa variabel produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan Muamalat IB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan,
9	Susanti Mei Diana (Skripsi, IAIN Surakarta, 2016)	Pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, dan bagi hasil terhadap keputusan menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe	Menunjukkan bahwa pengetahuan, Kualitas pelayanan dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe.

Perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Alvin Handrianto Saputra persamaannya dengan penelitian saat ini sama-sama membahas tentang produk, pelayanan terhadap kepusan konsumen perbedaannya penelitian saat ini menambah variabel X (Kualitas)

2. Nadia Nurul Ramadani persamaannya dengan penelitian saat ini sama-sama meneliti pedagang dalam pasar sedangkan perbedaannya adalah variabel X nya.
3. Qori Aulia persamaannya dengan peneliti saat ini yaitu mempunyai variabel X2 yang sama yaitu kualitas pelayanan dan sama melakukan penelitian pada Pasar sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian Qori yang menjadi variabel X1 nya adalah atribut produk dan penelitian ini berfokus kepada perspektif ekonomi Islam.
4. Hanif Amali Rivai persamaannya dengan penelitian saat ini adalah sama-sama membahas tentang jasa perbankan syariah sedangkan perbedaannya adalah penelitian beliau terdapat studi kasus pada bank syariah dan bank konvensional sedangkan peneliti studinya yaitu pedagang pada pasar Sipirok.
5. Mei Via Indriani persamaannya dengan penelitian saat ini yaitu membahas tentang faktor penentu pedagang sedangkan perbedaannya adalah dalam variabel .
6. Siti Umi Kalsum persamaannya dengan penelitian saat ini yaitu sama-sama meneliti variabel Y yaitu jasa perbankan syariah sedangkan perbedaannya yaitu di faktornya dalam penelitian beliau faktor faktor nya yaitu : faktor ekonomi, faktor gaya hidup, faktor religiusitas sedangkan milik peneliti yaitu: faktor kualitas pelayanan, faktor lokasi.

7. Dede Julianti persamaannya dengan penelitian saat ini yaitu tempat penelitiannya sama-sama di pasar perbedaannya yaitu terletak pada variabelnya.
8. Seri Devi Lubis perbedaan antara penelitian saat ini adalah Lokasi penelitian Seri Devi Lubis yaitu pada PT. Bank Muamalat, Tbk Cabang Padangsidempuan sedangkan lokasi penelitian ini di Pasar Sipirok.
9. Susanti Mei Diana perbedaannya dengan penelitian saat ini adalah beliau meneliti tentang kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung di BMT, sedangkan peneliti meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap memilih produk jasa perbankan.

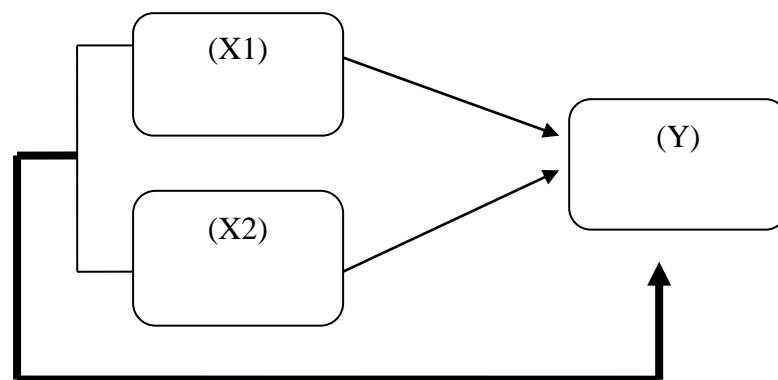
### **C. Kerangka Pikir**

Karakteristik konsumen merupakan faktor internal yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu faktor-faktor yang terkait langsung dengan diri seorang konsumen. Pelayanan jasa merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya.

Dengan memberikan pelayanan jasa bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Misalnya seseorang terjebak dalam jasa konvensional yang mencekik nasabahnya dalam riba. Maka dari itu berdasarkan judul faktor penentu keputusan pedagang pasar Sipirok dalam

memilih produk jasa bank syariah. Maka peneliti membuat kerangka fikir sebagai berikut:

**Gambar II.1**  
**Kerangka Pikir**



Kerangka pikir diatas dimaksudkan untuk menjelaskan dan mengungkapkan hubungan lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa perbankan syariah secara parsial maupun simultan

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, serta mendapatkan jawaban sementara yang disusun peneliti, yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 59.



Berdasarkan teori tersebut maka peneliti mengajukan hipotesisnya yaitu ada pengaruh keputusan pedagang Pasar Sapirook dalam memilih produk perbankan syariah

Ha<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pedagang pasar Sapirook untuk memilih produk bank syariah.

Ha<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang pasar sipirok untuk memilih produk bank syariah.

Ha<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang untuk memilih produk bank syariah

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **I. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Pasar Sipirok yang beralamat di Jl. Merdeka Sipirok, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara 22742. Sedangkan pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada Desember 2019 sampai Mei 2020.

#### **J. Jenis Penelitian**

Ditinjau dari tempatnya, maka penelitian ini adalah penelitian lapangan, maka penelitian ini adalah penelitian survei, yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang di ambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel.<sup>33</sup> Penelitian ini menggunakan metode secara kuantitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dalam bentuk angka-angka.

#### **K. Populasi dan Sampel**

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

Dalam metode penelitian amat populer, digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran

---

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Alfabeta, 2005), hlm. 7

penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Adapun populasi dari penelitian ini sebanyak 305 pedagang yang berada di Pasar Sapirook.<sup>34</sup>

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti. Selain itu sampel juga biasa disebut dari sebagian dan objek yang akan diteliti yang dipilih sedemikian rupa sehingga mewakili keseluruhan objek (populasi) yang ingin disebut. Teknik sampling insidental adalah pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>35</sup>

Pedoman peneliti dalam pengambilan sampel sebagaimana yang dikemukakan Suharsimi Arikunto, apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian

---

<sup>34</sup> Wawancara dengan Bapak Marwan Andi Siregar Ketua Petugas Pasar Pada Hari Kamis Tanggal 11 Juli 2019 Pukul 10:30Wib.

<sup>35</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: PustakaBaruPress, 2015), hlm. 87.

populasi. Selanjutnya, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil 10-15 persen atau 20-25 persen atau lebih, tergantung pada.<sup>36</sup>

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

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka peneliti menetapkan sampel sebanyak 10 persen dari jumlah pedagang 305 orang, yaitu: 30,5 dibulatkam menjadi 31 orang.

#### **L. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer, dimana penelitian menggunakan angket untuk mengetahui respon dari responden. Data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama dilapangan.<sup>37</sup>

Sumber data adalah subjek memperoleh data. Sumber data yang akan digunakan oleh peneliti adalah sumber data Primer. Sumber data primer adalah segala data yang diperoleh dari sumber penelitian, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Maka dapat disimpulkan bahwa data primer adalah data yang didapati sendiri dan merupakan data yang tidak dapat diperoleh dari siapapun kecuali dengan meneliti sendiri.<sup>38</sup> Sumber data yang digunakan dalam

---

<sup>36</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), hlm. 134.

<sup>37</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), hlm. 128

<sup>38</sup>Matgono, *Metodologi Penelitian* (Semarang: Rineka cipta, 1996), hlm. 160.

penelitian ini diperoleh dari data-data yang tepat dari pedagang di Pasar Sapirook sebagai tempat penelitian dan pelaksanaan penelitian

### **M. Instrumen Pengumpulan Data**

Data merupakan salah satu komponen riset, artinya tanpa ada data tidak akan ada riset. Data yang akan dipakai dalam riset haruslah data yang benar, karena data yang salah akan menghasilkan informasi yang salah. Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini maka digunakan metode sebagai berikut :

#### **a. Angket (kuesioner)**

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab dan harus yang berhubungan erat dengan masalah penelitian yang hendak dipecahkan dan untuk mendapat informasi di lapangan. Seperti yang dilakukan dalam penelitian untuk menghimpun pendapatan umum.<sup>39</sup>

Angket ini disebarkan pada nasabah yang menggunakan produk jasa bank syariah dengan penyebaran 8 kusioner yang akan dijawab oleh responden. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode tertutup dengan menyediakan alternatif jawaban bagi responden. Maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan tolak ukur menyusun item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

---

<sup>39</sup>Abdurrahmat, Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), hlm. 111.

Penetapan skor alternatif atas jawaban kuesioner :

**Tabel III.1**  
**Skor Penilaian Angket**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dari tabel III.1 dapat dilihat skor penilaian angket dimana jika responden menjawab sangat setuju (ss) maka nilainya 5 dan jika menjawab setuju (s) nilainya 4, dan seterusnya sampai kepada jawaban sangat tidak setuju (sts).

Adapun kisi-kisi angket dalam penelitian ini Sebagai berikut:

**Tabel III.2**  
**Kisi-Kisi angket**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Nomor pernyataan</b>
Lokasi ( X <sub>1</sub> )	1. Lingkungan masyarakat 2. Kedekatan dengan pasar 3. Fasilitas dan biaya transportasi	1,2,3 4,5,6 7,8,9,10
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	1. Keandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti Langsung	1,2 3,4 5,6 7 8
Jasa Bank Syariah (Y)	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi tertentu 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku konsumen	1,2 3,4 5 6 7

## b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian sosial untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia berbentuk surat, catatan harian, kenang-kenangan, dan laporan. Sifat utama dari bentuk data-data tersebut tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga member peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang lalu.

Dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi untuk proses penelitian.<sup>40</sup> Sifat utama dari bentuk data-data tersebut tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang lalu.<sup>41</sup>

## N. Teknik Analisi Data

### 1. Uji Validitas

Menurut Duwi Priyanto “validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur”.<sup>42</sup> Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dalam perhitungan program SPSS versi 22 dengan r tabel

---

<sup>40</sup>Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm. 143-152

<sup>41</sup>Elvinaro Ardianto, *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jatinagor: 2010), hlm. 167

<sup>42</sup>Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Jakarta: Mediakom, 2008), hlm. 16.

*product moment*. Dengan kriteria  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka item tes tergolong valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan kebudayaan. Secara internal reliabilitas dapat diuji dengan menganalisis butir-butir yang ada pada instrument-instrumen dengan tehnik tertentu.<sup>43</sup> Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini dapat digunakan dengan alat bantu SPSS Versi.23.0.

Uji signifikan dilakukan pada taraf signifikan 0,05 artinya instrument dapat dikatakan bila nilai alpha lebih besar dari  $r$  kritis moment, atau kita menggunakan batas tertentu seperti 0,6. Berdasarkan kriteria diatas maka dalam penelitian ini adalah :

- a. Jika nilai  $r > 0,6$  maka instrument tersebut dikatakan reliabel.
- b. Jika nilai  $r < 0,6$  maka instrument tersebut dikatakan tidak reliabel.

## 3. Analisis Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif merupakan metode statistik yang bertugas mempelajari tata cara pengumpulan, pencatatan, penyusunan, dan penyajian data penelitian dalam bentuk tabel frekuensi atau grafik

---

<sup>43</sup> Sugiono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 65.



dan selanjutnya dilakukan pengukuran nilai-nilai statistiknya, seperti mean, range, nilai minimum, nilai maksimum dan standard deviasi.<sup>44</sup>

#### 4. Pengujian Asumsi Klasik

Hasil dari koefisien regresi akan dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik dan tidak bisa bila memenuhi beberapa asumsi yang disebut sebagai asumsi klasik. Agar mendapatkan kolerasi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang diisyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas dan bebas dari multikoleniaritas, heteroskedastisitas. Pengujian asumsi klasik dengan menggunakan SPSS versi 23.

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan mengikuti distribusi normal atau tidak<sup>45</sup>. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian pada SPSS dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada taraf signifikan 0,05.

Apabila  $\text{sig} > 0,05$  maka distribusi data bersifat normal

Apabila  $\text{sig} < 0,05$  maka distribusi data tidak normal

##### b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Pengujian ini bertujuan untuk

---

<sup>44</sup> Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2008), hlm 200.

<sup>45</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm.154

melihat ada tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada kolerasi yang tinggi diantara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya menjadi terganggu. Deteksi multikoleniaritas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), jika :

- a) Jika nilai  $VIF < 10,00$  maka artinya tidak terjadi multikoleniaritas pada data yang di uji.
- b) Jika nilai  $VIF > 10,00$  maka dapat dikatakan bahwa terjadi multikolinearitas terhadap data yang yang diuji.<sup>46</sup>

c. Uji Autokorelasi

Autokolerasi merupakan kolerasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu yang tepat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokolerasi. Metode pengujian menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW test). Pengambilan keputusan pada uji *Durbin Watson* sebagai berikut:

- 1)  $DU < DW < 4-DU$  maka hipotesis diterima artinya tidak terjadi autokolerasi
- 2)  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka hipotesis di tolak.
- 3)  $DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

---

<sup>46</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2006), hlm. 36.

#### d. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedostisitas. Kriteria pengujiannya adalah jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik yang menyebar diatas dan dibawah 0 sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>47</sup>

#### 5. Uji Hipotesis

##### a. Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Maka dapat dikatakan

---

<sup>47</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 218.

bahwa pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen.<sup>48</sup>

#### Nilai Korelasi dan Kategori Hubungan

Interval Koefisien Korelasi	Kategori Hubungan
0.000-0.199	Sangat Rendah
0.200-0.399	Rendah
0.400-0.599	Sedang
0.600-0.799	Tinggi
0.800-1.000	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiono, 2004

#### b. Uji t

Koefisien Regresi Secara Parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah secara parsial lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan atau tidak terhadap keputusan pedagang memilih produk jasa bank syariah. Kriteria pengujian:<sup>49</sup>

- 1) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

---

<sup>48</sup> Setiawan & Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm. 64.

<sup>49</sup> Jonathan Sarwono, *Rumus-Rumus Populer SPSS 22 untuk Riset Skripsi* (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2015), hlm. 138.

## c. Uji F

Uji Koefisien Regresi Secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.<sup>50</sup> Dalam hal ini untuk mengetahui apakah variabel lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap keputusan pedagang pasar Sipirok dalam memilih produk jasa bank syariah pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

## 6. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Dihitung dengan menggunakan bentuk persamaan regresi berganda sebagai berikut:<sup>51</sup>

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

Berdasarkan persamaan linear di atas, maka persamaan dalam penelitian ini sebagai berikut :

---

<sup>50</sup> Mudrajad Kuncoro, *Op.Cit.*, hlm. 239.

<sup>51</sup> Agus Iriyanto, *Statistik Konsep Dasar Aplikasi, dan Pengembangannya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 193.

$$\mathbf{Kpts} = \mathbf{a} + \beta_1 \mathbf{LKS}_1 + \beta_2 \mathbf{Kp}_2 + \mathbf{e}$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pedagang

a : Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  : Koefisien Regresi Berganda

$Lks_1$  : Lokasi

$KP_2$  : Kualitas Pelayanan

e : Tingkat Kesalahan (*error*)

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Pasar Sapiro**

##### **1. Sejarah Singkat Pasar Sapiro**

Pasar Sapiro merupakan salah satu Pasar Tradisional yang beralamat di Jl. Merdeka Sapiro, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatra Utara Kode pos 22742 Indonesia. Pasar ini terletak di pusat kota Sapiro, dimana pasar ini tempat orang berniaga, mencari rezeki, tempat bertemunya penjual dan pembeli dan melakukan transaksi. Di Pasar ini kita dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pasar ini buka setiap hari dan yang paling ramai adalah pasar hari Senin dan hari Kamis karena yang datang tidak hanya dari Sapiro saja melainkan dari luar daerah juga. Begitu juga dengan Pedagangnya tidak hanya berasal dari Sapiro saja akan tetapi ada juga yang berasal dari luar daerah, seperti dari daerah Sibolga, Padangsidempuan dan Batangtoru. Dalam pasar Sapiro kita temukan berbagai macam pedagang seperti pedagang pakaian baik seragam sekolah maupun pakaian sehari-hari, pedagang sepatu, sayur-sayuran, buah-buahan, perabotan, dan masih banyak lagi.

Para pedagang di pasar Sapiro telah menampakkan aktivitasnya sejak pukul 06.00 WIB. Aktivitas tersebut terlihat dari kegiatan para pedagang yang menata berbagai jenis dagangan di kios masing-masing. Menjelang siang hari, aktivitas pasar semakin padat. Pada hari Kamis terlihat lebih ramai.

Tempat penjualan barang-barang tersebut terdiri atas beberapa bagian tempat.<sup>52</sup> Pada bagian depan dan belakang pasar dan bagian sebelah kanan pasar terdapat banyak penjual sayur-sayuran, makanan, cemilan dan lain-lain.

## 2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Adapun tujuan struktur organisasi adalah:

### a. Kejelasan Tanggung Jawab

Setiap anggota suatu organisasi tentunya harus dapat bertanggung jawab kepada pimpinanya yang telah memberikan kewenangan, karena pelaksanaan kewenangan tersebut yang perlu dipertanggungjawabkan.

### b. Kejelasan Kedudukan

Anggota atau seseorang yang ada di dalam struktur organisasi sebenarnya dapat mempermudah dalam melakukan koordinasi dan hubungan.

### c. Kejelasan Mengenai Jalur Hubungan

Dalam melaksanakan pekerjaan dan tanggung jawab setiap pegawai di dalam sebuah organisasi maka akan dibutuhkan kejelasan hubungan yang tergambar dalam struktur sehingga dalam jalur penyelesaian suatu pekerjaan akan lebih efektif.

---

<sup>52</sup> Wawancara dengan Saudara Putra Pane Petugas Keamanan Pasar Pada Hari Senin, 29 Juli Pukul 14.30 WIB.



d. Kejelasan Uraian Tugas

Dalam struktur organisasi akan sangat membantu pihak atasan atau pimpinan untuk dapat melakukan pengawasan maupun pengendalian.

**3. Tugas dan Tanggung Jawab tiap Struktur Organisasi**

- a. Ketua Pasar bertugas sebagai pimpinan pasar yang bertanggung jawab atas segala sesuatu yang ada di pasar yaitu merencanakan operasional, mengelola, mengkoordinasikan, mengendalikan, mengevaluasi dan melaporkan kegiatan pengelolaan pasar.
- b. Petugas keamanan dan parkir bertugas untuk mengamankan pasar dari yang tidak diinginkan seperti pencurian, kendaraan yang tidak tertib. Tanggung jawab nya yaitu menertibkan tempat parkir dan menertibkan keamanan dalam pasar.
- c. Petugas yang menertibkan pedagang yang berjualan sembarangan tugasnya adalah mengarahkan dan mengendalikan serta mengawasi kegiatan penataan pasar, serta ketertiban pasar. Tanggung jawabnya adalah menggusur dagangan untuk orang yang berjualan sembarangan dan menghalangi jalan.
- d. Petugas kebersihan tugasnya adalah mengarahkan dan mengendalikan pembinaan dan pengawasan kebersihan pasar. Tanggung jawabnya adalah memastikan seluruh pedagang untuk membersihkan sekitar dagangannya sesudah selesai berdagang.

#### 4. DESKRIPSI TANGGAPAN RESPONDEN

##### a. Rekapitulasi Responden Terhadap Lokasi

Pernyataan variabel lokasi terdapat 3 indikator yang telah ditetapkan, dari 3 indikator tersebut terdapat 10 pernyataan yang diajukan kepada responden yaitu:

**Tabel IV.1**  
**Deskripsi Tanggapan Responden**  
**Terhadap Faktor Lokasi**

No	Pernyataan	Frekuensi				
	Lingkungan masyarakat	SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi bank syariah dekat dengan rumah tempat tinggal saya.	12	13	5	1	-
2	Bank syariah berada di tengah-tengah masyarakat.	12	16	3	-	-
3	Tempat yang strategis dan mudah dijangkau.	11	17	3	-	-
	Persentase lingkungan masyarakat	38%	49%	12%	1%	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
	Kedekatan dengan pasar	SS	S	KS	TS	STS
1	Untuk sampai ke bank syariah saya hanya perlu berjalan kaki.	10	19	2	-	-
2	Lokasi bank syariah dekat dengan pasar	7	19	5	-	-
3	Lokasi bank syariah berada di tengah-tengah pasar	3	15	13	-	-
	Persentase kedekatan dengan pasar	22%	57%	21%	-	-
N0	Pernyataan	Frekuensi				
	Fasilitas dan biaya transportasi	SS	S	KS	TS	STS
1	Tarif yang dikeluarkan dari rumah saya sampai ke bank syariah sangat murah	10	7	12	2	-
2	Ruangan bank syariah yang luas dan nyaman tidak membuat saya bosan untuk mengantri.	10	15	5	1	-

3	Lokasi bank syariah mudah dijangkau transportasi	11	13	5	2	-
4	Tempat parkir yang sempit	10	16	3	2	-
	Persentase fasilitas dan biaya transportasi	33%	41%	20%	6%	-
	Jumlah	96	148	53	6	-
	Persentase	32%	49%	17%	2%	

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap pernyataan adalah sebagai berikut :

- 1) Pada pernyataan Lokasi bank syariah dekat dengan rumah tempat tinggal saya. Terdapat responden menjawab sangat setuju 12, setuju 13, kurang setuju 5, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0.
- 2) Pada pernyataan Bank syariah berada di tengah-tengah masyarakat. Terdapat responden menjawab sangat setuju 12, setuju 16, kurang setuju 3, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0.
- 3) Pada pernyataan Tempat yang strategis dan mudah dijangkau. Terdapat responden menjawab sangat setuju 11, setuju 17, kurang setuju 3, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0.
- 4) Pada pernyataan Untuk sampai ke bank syariah saya hanya perlu berjalan kaki.. Terdapat responden menjawab sangat setuju 10, setuju 19, kurang setuju 2, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0.
- 5) Pada pernyataan Lokasi bank syariah dekat dengan pasar. Terdapat responden menjawab sangat setuju 7, setuju 19, kurang setuju 5, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0.

- 6) Pada pernyataan Lokasi bank syariah berada di tengah-tengah pasar. Terdapat responden menjawab sangat setuju 3, setuju 15, kurang setuju 13, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0.
- 7) Pada pernyataan Tarif yang di keluarkan dari rumah saya sampai ke bank syariah sangat murah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 10, setuju 7, kurang setuju 13, tidak setuju 2, dan sangat tidak setuju 0.
- 8) Pada pernyataan Ruangan bank syariah yang luas dan nyaman tidak membuat saya bosan untuk mengantri. Terdapat responden menjawab sangat setuju 10, setuju 15, kurang setuju 5, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0.
- 9) Pada pernyataan Lokasi bank syariah mudah dijangkau transportasi. Terdapat responden menjawab sangat setuju 11, setuju 13, kurang setuju 5, tidak setuju 2, dan sangat tidak setuju 0.
- 10) Pada pernyataan Tempat parkir yang sempit. Terdapat responden menjawab sangat setuju 10, setuju 16, kurang setuju 3, tidak setuju 2, dan sangat tidak setuju 0.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pernyataan setiap indikator adalah sebagai berikut :

- a) Pada pernyataan lingkungan masyarakat dari 31 responden 38% sangat setuju, 49% setuju, 12% kurang setuju, 1% tidak setuju.
- b) Pada pernyataan kedekatan dengan pasar, dari 31 responden 22% sangat setuju, 57% setuju, 21% kurang setuju.

- c) Pada pernyataan fasilitas dan biaya transportasi, dari 31 responden 33% sangat setuju, 41% setuju, 20% kurang setuju dan 6% tidak setuju.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan hasil dari ketiga indikator untuk variabel lokasi adalah 32% responden menyatakan sangat setuju, 49% responden menyatakan setuju, 17% responden menyatakan kurang setuju dan 2% menyatakan tidak setuju. Dilihat dari variabel lokasi, pada pernyataan lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar, fasilitas dan biaya transportasi. Maka disimpulkan bahwa pernyataan indikator lingkungan masyarakat sangat berpengaruh pada keputusan pedagang

b. Rekapitulasi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Pernyataan variabel kualitas pelayanan terdapat 5 indikator yang telah ditetapkan, dari 5 indikator tersebut terdapat 8 pernyataan yang diajukan kepada responden yaitu:

**Tabel IV.2**  
**Deskripsi Tanggapan Responden**  
**Terhadap Faktor Kualitas Pelayanan**

No	Pernyataan	Frekuensi				
		SS	S	KS	TS	STS
	Keandalan					
1	Pegawai bank tidak pernah membuat kesalahan dalam pencatatan keuangan	11	17	2	1	-
2	Pegawai selalu memenuhi kebutuhan informasi saya sesuai yang dijanjikan	12	12	6	1	-
	Persentasi keandalan	37%	47%	13%	3%	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
	Daya tanggap	SS	S	KS	TS	STS

1	Pegawai bank tanggap dalam menangani keluhan saya	11	16	3	1	-
2	Pegawai bank dapat memahami masalah yang saya hadapi	10	16	5	-	-
	Persentasi daya tanggap	34%	52%	13%	1%	-
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>				
	Jaminan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pegawai bank berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang saya hadapi dalam menggunakan bank syariah	7	18	5	1	-
2	Pegawai bank syariah tetap ada pada jam-jam kerja	11	15	4	1	-
	Persentasi jaminan	29%	53%	15%	3%	-
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>				
	Empati	SS	S	KS	TS	STS
1	Pegawai bank syariah penuh perhatian dan sabar dalam melayani nasabah	8	18	5	-	-
	Persentasi empati	26%	58%	16%	-	-
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>				
	Bukti langsung	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan pegawai bank syariah	3	17	9	2	-
	Presentasi bukti langsung	10%	55%	29%	6%	-
	Jumlah	73	126	36	7	-
	Persentase	29%	53%	15%	3%	-

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap pernyataan adalah sebagai berikut :

- 1) Pada pernyataan Pegawai bank tidak pernah membuat kesalahan dalam pencatatan keuangan. Terdapat responden menjawab sangat setuju 11, setuju 17, kurang setuju 2, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0.
- 2) Pada pernyataan Pegawai selalu memenuhi kebutuhan informasi saya sesuai yang dijanjikan. Terdapat responden menjawab sangat setuju 12, setuju 12, kurang setuju 6, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0.
- 3) Pada pernyataan Pegawai bank tanggap dalam menangani keluhan saya. Terdapat responden menjawab sangat setuju 11, setuju 16, kurang setuju 3, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0.
- 4) Pada pernyataan Pegawai bank dapat memahami masalah yang saya hadapi. Terdapat responden menjawab sangat setuju 10, setuju 16, kurang setuju 5, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0.
- 5) Pada pernyataan Pegawai bank berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang saya hadapi dalam menggunakan bank syariah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 7, setuju 18, kurang setuju 5, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0.
- 6) Pada pernyataan Pegawai bank syariah tetap ada pada jam-jam kerja Terdapat responden menjawab sangat setuju 11, setuju 15, kurang setuju 4, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0.
- 7) Pada pernyataan Pegawai bank syariah penuh perhatian dan sabar dalam melayani nasabah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 8, setuju 18, kurang setuju 5, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0.

8) Pada pernyataan Saya merasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan pegawai bank syariah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 3, setuju 17, kurang setuju 9, tidak setuju 2, dan sangat tidak setuju 0.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pernyataan setiap indikator adalah sebagai berikut :

- a) Pada pernyataan keandalan dari 31 responden, 37% sangat setuju, 47% setuju, 13% kurang setuju, 3% tidak setuju.
- b) Pada pernyataan daya tanggap dari 31 responden, 34% sangat setuju, 52% setuju, 13% kurang setuju, 1% tidak setuju.
- c) Pada pernyataan jaminan dari 31 responden, 39% sangat setuju, 53% setuju, 15% kurang setuju, 3% tidak setuju.
- d) Pada pernyataan empati dari 30 responden, 26% sangat setuju, 58% setuju, 16% kurang setuju.
- e) Pada pernyataan bukti langsung dari 31 responden, 10% sangat setuju, 55% setuju, 29% kurang setuju dan 6% tidak setuju.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan hasil dari kelima indikator untuk variabel kualitas pelayanan adalah 29% responden menyatakan sangat setuju, 53% responden menyatakan setuju, 15% responden menyatakan kurang setuju, 3% responden menyatakan tidak setuju. Dilihat dari variabel kualitas pelayanan, pada pernyataan lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar, fasilitas dan biaya



transfortasi. Maka disimpulkan bahwa pernyataan indikator bukti langsung sangat berpengaruh pada keputusan pedagang

c. Rekapitulasi Responden Terhadap Keputusan Pedagang

Pernyataan variabel keputusan pedagang terdapat 5 indikator yang telah ditetapkan, dari 5 indikator tersebut terdapat 7 pernyataan yang diajukan kepada responden yaitu:

**Tabel IV.3**  
**Deskripsi Tanggapan Responden**  
**Terhadap Keputusan Pedagang**

No	Pernyataan	Frekuensi				
		SS	S	KS	TS	STS
	Pengenalan masalah					
1	Segala kebutuhan saya untuk bertransaksi sudah lengkap pada bank mandiri syariah	3	17	11	-	-
2	Pegawai bank syariah selalu mengatasi permasalahan saya	9	8	12	2	-
	Persentasi pengenalan masalah	19%	41%	37%	3%	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
	Pencarian informasi	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya selalu mendengar informasi bank syariah dari radio	10	15	5	1	-
2	Saya selalu bertanya kepada tetangga saya yang menggunakan bank syariah tentang informasi bank syariah tersebut	12	15	3	1	-
	Persentasi pencarian informasi	35%	49%	13%	3%	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
	Evaluasi tertentu	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menggunakan bank syariah karena bank syariah adalah bank Islam	9	16	6	-	-
	Persentasi evaluasi tertentu	29%	52%	10%	-	-
No	Pernyataan	Frekuensi				
	Keputusan pembelian	SS	S	KS	TS	STS

1	Keputusan saya untuk menggunakan bank syariah adalah karena terhindar dari riba	11	16	3	1	-
	Persentasi keputusan pembelian	35%	53%	10%	2%	-
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>				
	Perilaku konsumen	S	SS	KS	TS	STS
1	Saya merasa puas menggunakan jasa bank syariah	7	19	4	1	-
	Persentasi perilaku konsumen	23%	61%	13%	3%	-
	Jumlah	61	102	43	5	-
	Persentase	28%	49%	20%	2%	

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap pernyataan adalah sebagai berikut :

- 1) Pada pernyataan Segala kebutuhan saya untuk bertransaksi sudah lengkap pada bank mandiri syariah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 3, setuju 17, kurang setuju 11, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0.
- 2) Pada pernyataan Pegawai bank syariah selalu mengatasi permasalahan saya. Terdapat responden menjawab sangat setuju 9, setuju 8, kurang setuju 12, tidak setuju 2, dan sangat tidak setuju 0.
- 3) Pada pernyataan Saya selalu mendengar informasi bank syariah dari radio. Terdapat responden menjawab sangat setuju 10, setuju 15, kurang setuju 5, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0.
- 4) Pada pernyataan Saya selalu bertanya kepada tetangga saya yang menggunakan bank syariah tentang informasi bank syariah tersebut.

Terdapat responden menjawab sangat setuju 12, setuju 15, kurang setuju 3, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0.

- 5) Pada pernyataan Saya menggunakan bank syariah karena bank syariah adalah bank Islam. Terdapat responden menjawab sangat setuju 9, setuju 16, kurang setuju 6, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 0.
- 6) Pada pernyataan Keputusan saya untuk menggunakan bank syariah adalah karena terhindar dari riba. Terdapat responden menjawab sangat setuju 11, setuju 16, kurang setuju 3, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0.
- 7) Pada pernyataan Saya merasa puas menggunakan jasa bank syariah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 7, setuju 19, kurang setuju 4, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pernyataan setiap indikator adalah sebagai berikut :

- a) Pada pernyataan pengenalan masalah dari 31 responden, 19% sangat setuju, 41% setuju, 37% kurang setuju, 3% tidak setuju.
- b) Pada pencarian informasi dari 31 responden, 35% sangat setuju, 49% setuju, 13% kurang setuju, 3% tidak setuju.
- c) Pada evaluasi tertentu dari 31 responden, 29% sangat setuju, 52% setuju, 10% kurang setuju.
- d) Pada pernyataan keputusan pembelian dari 31 responden, 35% sangat setuju, 53% setuju, 10% kurang setuju. 2% tidak setuju.

- e) Pada pernyataan perilaku konsumen dari 31 responden, 23% sangat setuju, 61% setuju, 13% kurang setuju. 3% tidak setuju

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan hasil dari kelima indikator untuk variabel kualitas pelayanan adalah 28% responden menyatakan sangat setuju, 49% responden menyatakan setuju, 20% responden menyatakan kurang setuju, 2% responden menyatakan tidak setuju. Dilihat dari variabel kualitas pelayanan, pada pernyataan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi tertentu, keputusan pembelian, perilaku konsumen. Maka disimpulkan bahwa pernyataan indikator evaluasi tertentu sangat berpengaruh pada keputusan pedagang.

## **B. Hasil Analisis Data**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah angket yang ada valid atau tidak valid. Setelah angket disebarakan maka akan diperoleh hasil dari jawaban para responden pada setiap pertanyaan yang menyangkut tentang variabel yang akan diteliti. Sebelum angket dianalisis terlebih dahulu diuji validitas. Untuk melakukan uji validitas peneliti menggunakan sampel ( $n=30$ ) orang responden dengan 10 item pertanyaan pada variabel lokasi ( $X_1$ ).

Hasil uji validitas dapat diketahui dengan adanya ketentuan, yaitu:

- a) Nilai  $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan valid.
- b) Nilai  $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

c) Nilai  $r_{\text{tabel}}$  dengan  $n = 31$ , pada signifikansi 10% maka diketahui  $r_{\text{tabel}}$  adalah 0,3009. Sehingga, apabila  $r_{\text{hitung}} > 0,3009$  maka dinyatakan valid yaitu seluruh item pertanyaan dari para responden mengenai lokasi ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pedagang ( $Y$ ). Keputusan pedagang dapat memberikan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti.

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi**

Item pertanyaan	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Lks 1	0,677	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} n = 31$  Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,3009$	Valid
Lks 2	0,369		Valid
Lks 3	0,516		Valid
Lks 4	0,382		Valid
Lks 5	0,693		Valid
Lks 6	0,417		Valid
Lks 7	0,696		Valid
Lks 8	0,643		Valid
Lks 9	0,648		Valid
Lks 10	0,498		Valid

Sumber: Hasil SPSS 22: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk variabel lokasi adalah valid. Dimana  $r_{\text{tabel}}$  adalah 0,3061 sedangkan  $r_{\text{hitung}}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai  $r$  positif.

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

<b>Item pertanyaan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r table</b>	<b>Keterangan</b>
Kpl1	0,344	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ n = 31  Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3009$	Valid
Kpl 2	0,650		Valid
Kpl 3	0,671		Valid
Kpl 4	0,675		Valid
Kpl 5	0,798		Valid
Kpl 6	0,780		Valid
Kpl 7	0,662		Valid
Kpl 8	0,449		Valid

Sumber: Hasil SPSS versi 22: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-8 untuk variabel lokasi adalah valid. Dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,3009 sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai  $r$  positif.

**Tabel IV.6**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Pedagang**

<b>Item pertanyaan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r table</b>	<b>Keterangan</b>
Kp1	0,546	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ n = 31  Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3009$	Valid
Kp2	0,788		Valid
Kp3	0,654		Valid
Kp4	0,708		Valid
Kp5	0,775		Valid
Kp6	0,875		Valid
Kp7	0,634		Valid

Sumber: Hasil SPSS versi 22: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel keputusan pedagang adalah valid. Dimana  $r_{tabel}$  adalah

0,3009 sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai  $r$  positif.

## 2. Uji Reliabilitas

Suatu instrument dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha*  $>0,60$ . Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
Lokasi	0,757	10	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,780	8	Reliabel
Keputusan Pedagang	0,839	7	Reliabel

*Sumber: Hasil SPSS versi 22: Data diolah 2020*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* untuk variable lokasi ( $X_1$ ) adalah  $0,757 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) adalah  $0,780 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel keputusan pedagang (Y) adalah  $0,839 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan adalah reliabel.

### A. Analisa Data

#### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum

atau generalisasi. Uji analisis statistik deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari *mean*, *minimum*, *Maksimum* dan *standard deviaton* dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Lks	31	30	47	1264	40.77	4.137
Kpl	31	23	38	1012	32.65	3.720
Kp	31	19	33	871	28.10	3.789
Valid N (listwise)	31					

*Sumber: Hasil SPSS versi 22: Data diolah 2020*

Hasil uji analisis statistik deskriptif pada tabel di atas bahwa variabel lokasi dengan jumlah data (n) sebanyak 31 mempunyai nilai *mean* sebesar 40.77 dengan nilai *minimum* 30 dan nilai *maximum* 47 serta *standar deviation* 4.137.

Variabel kualitas pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 31 mempunyai nilai *mean* sebesar 32.65 dengan nilai *minimum* 23 dan nilai *maximum* 38 serta *standar deviation* 3.720. Variabel keputusan dengan jumlah data (n) sebanyak 31 mempunyai nilai *mean* sebesar 28.10 dengan nilai *minimum* 19 dan nilai *maximum* 33 serta *standar deviation* 3.789.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan mengikuti distribusi



normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian pada SPSS dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada taraf signifikan 0,05.

Apabila  $\text{sig} > 0,05$  maka distribusi data bersifat normal

Apabila  $\text{sig} < 0,05$  maka distribusi data tidak normal

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60579283
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
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.

*Sumber: Hasil SPSS versi 22: Data diolah 2020*

Berdasarkan tabel di atas bahwa nilai  $\text{sig.} > 0,05$ , maka nilai signifikan dari tabel diatas adalah  $0,200 > 0,05$  berarti dengan uji kolmograv smirnov dilakukan normal.

## b. Multikolinieritas

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-5.788	3.055		-1.894	.069			
	Lks	.427	.116	.467	3.686	.001	.400	2.498	
	Kpl	.504	.129	.495	3.909	.001	.400	2.498	

a. Dependent Variable: kp

Sumber: Hasil SPSS versi 22: Data diolah 2020

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah jika nilai *Variance Factor* VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,05.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai *tolerance* dari variabel lokasi adalah 0,400 > 0,05, variabel kualitas pelayanan adalah 0,400 > 0,05, maka dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari variabel di atas lebih besar dari 0,05 (*tolerance* > 0,05) sehingga bebas dari multikolinieritas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel lokasi adalah 2,498 < 10, variabel kualitas pelayanan adalah 2,498 < 10. Maka dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinieritas.

## c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun

menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson sebagai berikut:

- 1)  $DU < DW < 4-DU$  maka Hipotesis diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi antara variabel lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang.
- 2)  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka Hipotesis ditolak, artinya terjadi autokorelasi antara variabel lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang
- 3)  $DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.906 <sup>a</sup>	.820	.808	1.662	2.092

a. Predictors: (Constant), kpl, lks

b. Dependent Variable: kp

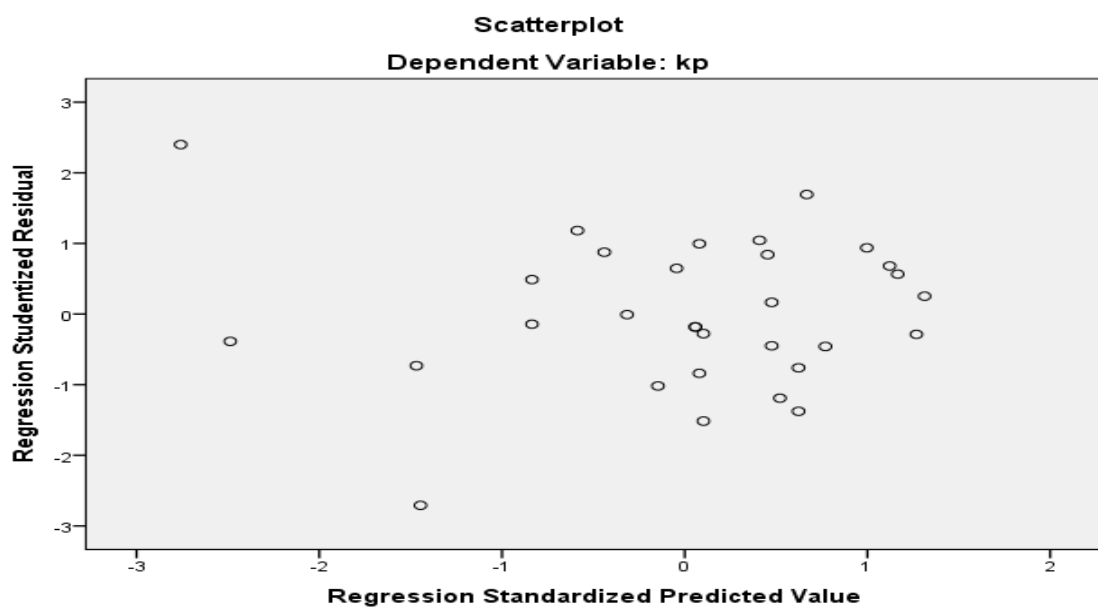
*Sumber: Hasil SPSS versi 22: Data diolah 2020*

Berdasarkan hasil dari uji autokorelasi di atas diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 2,092 dengan  $n = 31$ , dan  $k = 2$  didapat nilai  $DU = 1,570$  dan  $4-DU = 2,43$  dari hasil diatas diperoleh  $DU < DW < 4-DU$   $1,570 < 2,092 < 2,43$ , maka dapat dipastikan tidak terjadinya autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang jelas, serta titik yang menyebar diatas dan dibawah 0 sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan.

**Gambar IV.4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Hasil SPSS versi 22: Data diolah 2020*

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbatas dari heteroskedastisitas.

## B. Uji Hipotesis

### a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

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

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.906 <sup>a</sup>	.820	.808	1.662

a. Predictors: (Constant), kpl, lks

b. Dependent Variable: kp

*Sumber: Hasil SPSS versi 22: Data diolah 2020*

Hasil uji R berdasarkan tabel IV.12 besarnya nilai R adalah 0.906, nilai tersebut untuk melihat hubungan satu variabel dengan variabel lainnya tetapi tidak menjelaskan hubungan sebab akibat. Hubungan antar variabel ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,906 artinya hubungan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang memilih produk jasa bank syariah adalah sangat tinggi. Berdasarkan tabel hasil analisis determinasi di atas diperoleh nilai  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0.820. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (lokasi) terhadap variabel dependen (keputusan pedagang) sebesar 0,820

atau (82%) sedangkan sisanya sebesar 0,18 atau (18%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Ketentuan dalam uji t adalah:  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sedangkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Adapun hasil *output* sebagai berikut:

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.788	3.055		-1.894	.069
	Lks	.427	.116	.467	3.686	.001
	Kpl	.504	.129	.495	3.909	.001

a. Dependent Variable: kp

*Sumber: Hasil SPSS versi 22: Data diolah 2020*

Untuk  $t_{tabel}$  dicari pada  $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) =  $n - k - 1$ , dimana  $n$  = jumlah sampel dan  $k$  = jumlah variabel independen, jadi  $df = 31 - 2 - 1 = 28$ . Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,05), maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,701

Untuk interpretasi hasil pengujian uji t pada tabel diatas ini adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pedagang

Dari hasil uji t di atas dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel lokasi sebesar 3,686 dan untuk  $t_{tabel}$  1,701 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$

atau ( $3,686 > 1,701$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pedagang.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pedagang.

Dari hasil uji t di atas nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel nilai kualitas pelayanan adalah 3,909 sedangkan nilai dari  $t_{tabel}$  1,701 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,909 > 1,701$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pedagang.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas/independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat/dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang. Ketentuan dalam uji F adalah Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka Hipotesis ( $H_a$ ) diterima artinya ada pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang.

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji Signifikansi Simultan(Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	353.353	2	176.676	63.949	.000 <sup>b</sup>
	Residual	77.357	28	2.763		
	Total	430.710	30			

a. Dependent Variable: kp

b. Predictors: (Constant), kpl, lks

Sumber: Hasil SPSS versi 22: Data diolah 2020

$F_{\text{tabel}}$  untuk signifikan  $\alpha = 0,05$  dengan regression (df 1) adalah 2 dan residual (df 2) adalah 31, maka hasil yang diperoleh untuk  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 3,34.

Berdasarkan tabel hasil uji signifikansi simultan (Uji F) di atas dapat dijelaskan bahwa nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 63,949 dan  $F_{\text{tabel}}$  dapat dilihat pada tabel statistik dengan derajat kebebasan  $df = n-k-1$  atau  $31-2-1 = 28$  yang diperoleh nilainya sebesar 3,34 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $63,949 > 3,34$ ) artinya Hipotesis ( $H_a$ ) diterima. Selanjutnya untuk nilai sig. sebesar 0,000 sehingga nilai sig  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan dari pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pedagang pasar Sipirok dalam memilih produk jasa Bank Syariah Mandiri Sipirok.

### C. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh lokasi ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pedagang (Y).

**Tabel IV.15**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.788	3.055		-1.894	.069
	Lks	.427	.116	.467	3.686	.001
	Kpl	.504	.129	.495	3.909	.001

a. Dependent Variable: kp

Sumber: Hasil SPSS versi 22: Data diolah 2020



Persamaan regresi berganda yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

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

$$Kpts = a + \beta_1 LKS_1 + \beta_2 Kp_2 + e$$

Keputusan Pedagang = -5,788 + 0,427 Lokasi + 0,504 Kualitas pelayanan

Dimana :

Y : Keputusan Pedagang

a : Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  : Koefisien Regresi Berganda

$X_1$  : Lokasi

$X_2$  : Kualitas Pelayanan

e : Tingkat Kesalahan (*error*)

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -5,788 artinya apabila variabel kualitas pelayanan dan lokasi dianggap konstan atau 0 maka keputusan pedagang dalam memilih produk jasa bank syariah adalah sebesar -5,788.
2. Koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,427 artinya apabila variabel lokasi meningkat 1 satuan, maka keputusan pedagang dalam memilih produk jasa bank syariah akan meningkat sebesar 0,427 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan antara lokasi terhadap keputusan pedagang dalam memilih produk jasa bank syariah.

3. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,504, artinya apabila variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan, maka keputusan pedagang memilih produk jasa bank syariah, akan meningkat sebesar 0,504 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pedagang memilih produk jasa bank syariah

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini berjudul Faktor Penentu Keputusan Pedagang Pasar Sipirok dalam Memilih Produk Jasa Bank Syariah. Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa:

##### **1. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pedagang Pasar Sipirok dalam Memilih Produk Jasa Bank Syariah**

Lokasi adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil uji  $t$  dimana  $t_{hitung}$  untuk variabel lokasi sebesar 3,686 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (31-2-1) = 28$  hasil yang diperoleh untuk  $t_{tabel}$  sebesar 1,701 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(3,686 > 1,701)$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam memilih produk jasa bank syariah.

Menurut Fandy Tjiptono lokasi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi nasabah dikarenakan oleh kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang pemeliharaan gedung sehingga membuat nyaman. Sama halnya dengan pedagang pasar Sapirok yang merasa nyaman melakukan transaksi pada bank syariah karena selain dekat dengan pasar, bank syariah juga berada di pinggir jalan jadi mudah untuk ditemukan oleh pedagang.

Menurut Agus Wahyudi Salasa Gama dan Ni Wayan Rustiarini dalam penelitiannya jika lokasi usaha strategis dapat menarik para pembeli, lokasi ini juga merupakan faktor yang paling dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh kendaraan akan membuat nasabah merasa nyaman melakukan transaksi.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Chusnul Chotimah yang berjudul pengaruh produk, pelayanan, promosi dan lokasi terhadap masyarakat memilih bank syariah di Surakarta, hasil penelitiannya menyatakan lokasi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pedagang Pasar Sapirok dalam Memilih Produk Jasa Bank Syariah**

Menurut Barata kualitas pelayanan merupakan ukuran yang tidak hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani. Karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas layanan berdasarkan harapan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pedagang yang ditunjukkan dari hasil uji t dimana  $t_{hitung}$  untuk variabel nilai kualitas pelayanan adalah 3,909 sedangkan nilai dari  $t_{tabel}$  1,701 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,909 > 1,701$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam memilih produk jasa bank syariah.

Menurut Qori Aulia semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah maka akan semakin tinggi tingkat keputusan untuk memilih jasa perbankan syariah.

Penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Qori Aulia yang berjudul pengaruh atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan jasa perbankan syariah (studi kasus pada pedagang di pasar koga bandar Lampung). Hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan jasa perbankan syariah.

### **3. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pedagang Pasar Sapirok dalam Memilih Produk Bank Syariah**

Keputusan adalah sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas pembelian barang atau jasa. Berarti keputusan adalah pilihan, yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Sebuah keputusan merupakan pilihan yang dibuat dari sejumlah alternatif yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang memilih bank syariah tabel hasil uji signifikansi simultan yang ditunjukkan dari hasil  $F_{hitung}$  sebesar 63,949 dan  $F_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik dengan derajat kebebasan  $df = n-k-1$  atau  $31-2-1 = 28$  yang diperoleh nilainya sebesar 3,34 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $63,949 > 3,34$ ) Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama lokasi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih produk jasa bank syariah.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Tandi Larasati Putri yang berjudul pengaruh lokasi, produk, dan pelayanan terhadap keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga dalam menjadi nasabah bank syariah. Dari hasil penelitiannya bahwa secara simultan lokasi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan bank syariah. Hasil uji koefisien

determinasi dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,820 atau 82%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (lokasi) dan (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pedagang) sebesar 0,820 atau (82%) sedangkan sisanya sebesar 0,180 atau (18%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam perolehannya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Di antara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Keterbatasan bahan materi berupa buku-buku referensi yang dibutuhkan peneliti dalam penulisan skripsi ini membuat peneliti mendapatkan kendala dalam teori telah pustakanya.
2. Keterbatasan dalam penggunaan variabel independen. Dimana masih banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang. Namun, peneliti hanya menggunakan 2 variabel independen saja.
3. Keterbatasan selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah dalam menyebarkan kuisioner 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 rumusan masalah yang telah dikemukakan pada bab 1 dan hasil penelitian pada bab IV, dapat disimpulkan bahwa:

1. Lokasi dapat menentukan keputusan pedagang pasar Sipirok dalam memilih produk bank syariah. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel lokasi 3,686 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,701 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,686 > 1,701$ ). maka  $H_{a1}$  diterima.
2. Kualitas pelayanan dapat menentukan keputusan pedagang pasar Sipirok dalam memilih produk bank syariah. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pedangan dalam memilih produk jasa bank syariah. Dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,909 sedangkan  $t_{tabel}$  1,701 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,909 > 1,701$ ). maka  $H_{a2}$  diterima.
3. Lokasi dan kualitas pelayanan dapat menentukan keputusan pedagang pasar Sipirok dalam memilih produk bank syariah. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji secara parsial (uji F) dapat disimpulkan bahwa nilai  $f_{hitung}$  sebesar 63,949 dan  $f_{tabel}$  sebesar 3,34 sehingga  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $63,949 > 3,34$ ) maka  $H_a$  diterima. Hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai  $R$  Square sebesar 0,820 atau 82% Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (lokasi) dan (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pedagang) sebesar 0,820 atau (82%) sedangkan



sisanya sebesar 0,180 atau (18%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini

## **B. Saran**

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

### **1. Bagi Perbankan Syariah**

Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan lokasi dan kualitas pelayanan sebagai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan keputusan pedagang dalam memilih produk jasa bank syariah. Maka, disarankan kepada pihak bank agar lebih meningkatkan pelayanan dan memperhatikan lokasi yang strategis dalam upaya meningkatkan keputusan pedagang pasar.

### **2. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan lokasi dan kualitas pelayanan sebagai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan keputusan pedagang dalam memilih produk jasa bank syariah. Maka, disarankan untuk para pedagang Pasar Sipirok yang belum menggunakan Bank Syariah Mandiri Sipirok supaya dapat menggunakan jasa Perbankan Syariah Mandiri Sipirok kedepannya dan bagi pedagang Pasar Sipirok yang sudah menggunakan jasa Perbankan Syariah Mandiri Sipirok agar tetap konsisten dalam menggunakannya.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pedagang Pasar Sirirok dalam memilih produk jasa bank syariah karena dari uji koefisien determinasi diketahui bahwa 82 % lokasi dan kualitas pelayanan dapat menentukan keputusan pedagang pasar Sipirok dalam memilih produk bank syariah. Sisanya dipengaruhi oleh variabel budaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat, Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* , Jakarta : Rineka Cipta, 2011.
- Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: IIT Indonesia, 2003.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007.
- Bob Waworuntu, *Dasar-dasar Keterampilan Melayani Nasabah Bank*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Davis, Ralph C. 2002. *Fundamental Of Top Management*. Tokyo: Kogakusha Company Limited.
- Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, Jakarta: Mediakom, 2008.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Matgono, *Metodologi Penelitian* , Semarang: Rineka Cipta, 1996.
- Melayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Menteri Agama Republik Indonesia, *Alqur'an dan terjemahannya* Bandung: CV Aljumanatul Ali, 2004.
- M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- M. Syamsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi*, Jakarta: PT Grasindo, 2003.
- Nugroho J. Setiadi,. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Duabelas* PT Indeks 2007.
- Riduan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* Bandung : Alfabeta. 2010.

Setiawan & Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.

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

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.

T. Hani Handoko, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Yogyakarta: IKAPI, 2011.

Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2010

### **Hasil Wawancara**

Hasil Wawancara dengan Bapak Agus, (Pedagang Pakaian di Pasar Sapirok), Senin 29 Juli 2019 Pukul 14.00 WIB.

Hasil Wawancara dengan Ibu Lusi pada hari Kamis tanggal 14 Maret pukul 15:00.

Hasil Wawancara dengan Bapak Muhammad Arif salah satu petugas pasar pada hari senin 15 Juli 2019 pada pukul 13.20 Wib.

### **Jurnal**

Agus Wahyudi Salasa Gama dan Ni Wayan Rustiarini , “ Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian,” dalam Jurnal, Volume 11, No. 1, Tahun 2016.

Alvin Handrianto Saputra dan Rinda Hesti Kusumanigtyas, “Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan (Studi Kasus: Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta,” dalam Jurnal Sistem Informasi, Volume 10, No. 1, Tahun 2017.

Hairul Anwar “Faktor penentu keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan syariah “ Jurnal Artikel, 2016.

Hanif Amali Rivai “Pengaruh atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan jasa perbankan syariah dalam perspektif ekonomi Islam” Jurnal Ilmiah, 2017.

Nofinawati “akad dan Produk Perbankan Syariah,” *Fitrah*, Vol. 08, No. 02 (Desember 2014).

### **Skripsi**

Dede Julianti “Pengaruh promosi terhadap minat pedagang pasar raya Ucok Kodok menggunakan produk gadai emas” Skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2016.

Himmatul Aliah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syari’ah Terhadap Kepuasan KPR Nasabah di BNI Syariah Cabang Semarang” Skripsi, IAIN Walisongo Semarang, 2011.

Nadia Nurul Ramadani, “Faktor penentu keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah” Skripsi, UMSU, 2019.

Siti Umi Kalsum “Analisis faktor penentu keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan syariah” Skripsi, IAIN Salatiga, 2019.

Qori Aulia, *Pengaruh Atribut dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Jasa Perbankan Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Skripsi, 2018.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Nama : Nina Erlinda Harahap  
NIM : 15 401 00096  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)/ Perbankan Syariah PS-3  
Tempat/Tanggal Lahir : Baringin, 08 Februari 1998  
Alamat : Kelurahan Baringin, Kec. Sipirok, Kab. Tapanuli Selatan.  
Hp : 081262797996  
E-mail : hrpnina2@gmail.com

B. Nama Orang Tua  
Ayah : Haris Muda Harahap  
Pekerjaan : Petani  
Ibu : Elly Damayanti Siregar  
Pekerjaan : Petani  
Alamat : Kelurahan Baringin, Kec. Sipirok, Kab. Tapanuli Selatan

### Pendidikan

1. SD Inpres Baringin
2. SMP Negeri 4 Baringin
3. SMK Negeri 1 Sipirok
4. Tahun 2015 melanjutkan Pendidikan Program S-1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan Jurusan Perbankan Syariah PS-3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

## SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Rodame Monitorir Napitupulu, M.M

Nip : 19841130 201801 2 001

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

### **Faktor Penentu Keputusan Pedagang Pasar Sipirok Dalam Memilih Produk Bank Syariah**

Yang disusun oleh :

Nama : Nina Erlinda Harahap

Nim : 15 401 00096

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

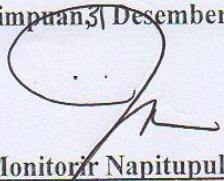
Jurusan : Perbankan Syariah

Adapun masukan yang di berikan adalah sebagai berikut :

1. ....
2. ....
3. ....

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

Padangsidempuan, 31 Desember 2019

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



**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET LOKASI**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya 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 Ibu dapat langsung menuliskannya pada pada naskah yang perlu di revisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
1. Lingkungan masyarakat	1,2,3			
2. Kedekatan dengan pasar	4,5,6			
3. Fasilitas dan biaya transfortasi	7,8,9,10			

Catatan :

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 31 Desember 2019

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



**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET KUALITAS PELAYANAN**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya 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 Ibu dapat langsung menuliskannya pada pada naskah yang perlu di revisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Keandalan	1,2			
Daya Tanggap	3,4			
Jaminan	5,6			
Empati	7			
Bukti Langsung	8			

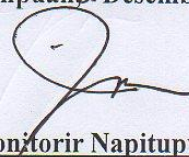
Catatan :

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 31 Desember 2019



Rodame Monitor Napitupulu, M.M  
NIP. 19841130 201801 2 001



**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET KEPUTUSAN PEDAGANG**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya 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 Ibu dapat langsung menuliskannya pada pada naskah yang perlu di revisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Pengenalan masalah	1,2			
Pencarian informasi	3,4			
Evaluasi tertentu	5			
Keputusan pembelian	6			
Perilaku konsumen	7			

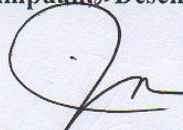
Catatan :

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 31 Desember 2019



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

### Angket (kuesioner)

Kuesioner ini disusun untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menyusun skripsi yang berjudul **Faktor Penentu Keputusan Pedagang Pasar Sapirook Dalam Memilih Produk Jasa Bank Syariah**

untuk itu isilah ini dengan jawaban yang sebenarnya.

a. Identitas responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

b. Petunjuk Pengisian Kuesioner

a. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.

b. Berilah tanda ceklis ( $\checkmark$ ) pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.

c. Ada (lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan yaitu :

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

A. Lokasi

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi bank syariah dekat dengan rumah tempat tinggal saya.					
2	Bank syariah berada di tengah-tengah masyarakat.					
3	Tempat yang strategis dan mudah dijangkau.					
4	Untuk sampai ke bank syariah saya hanya perlu berjalan kaki.					

5	Lokasi bank syariah dekat dengan pasar					
6	Lokasi bank syariah berada di tengah-tengah pasar					
7	Tarif yang di keluarkan dari rumah saya sampai ke bank syariah sangat murah					
8	Ruangan bank syariah yang luas dan nyaman tidak membuat saya bosan untuk mengantri.					
9	Lokasi bank syariah mudah dijangkau transportasi					
10	Tempat parkir yang sempit					

#### B. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pegawai bank tidak pernah membuat kesalahan dalam pencatatan keuangan					
2	Pegawai selalu memenuhi kebutuhan informasi saya sesuai yang dijanjikan					
3	Pegawai bank dapat memahami masalah yang saya hadapi					
4	Pegawai bank tanggap dalam menangani keluhan saya					
5	Pegawai bank berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang saya hadapi dalam menggunakan bank syariah					
6	Pegawai bank syariah tetap ada pada jam-jam kerja					
7	Pegawai bank syariah penuh perhatian dan sabar dalam melayani nasabah					
8	Saya merasa aman melakukan transaksi di bank mandiri syariah					

### C. Keputusan Pedagang

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Segala kebutuhan saya untuk bertransaksi sudah lengkap pada bank mandiri syariah					
2	Pegawai bank syariah selalu mengatasi permasalahan saya					
3	Saya selalu mendengar informasi bank syariah dari radio					
4	Saya selalu bertanya kepada tetangga saya yang menggunakan bank syariah tentang informasi bank syariah tersebut					
5	Saya menggunakan bank syariah karena bank syariah adalah bank Islam					
6	Keputusan saya untuk menggunakan bank syariah adalah karena terhindar dari riba					
7	Saya merasa puas menggunakan jasa bank syariah					

tabulasi lokasi											
responden	butir soal										
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	skor total
1	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	45
2	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	43
3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	36
4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	40
5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	46
6	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	41
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
9	3	4	4	5	5	3	3	4	3	4	38
10	2	4	3	3	3	3	3	3	2	4	30
11	3	5	4	5	4	3	3	5	3	5	40
12	4	5	4	4	4	3	5	5	4	5	43
13	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
14	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
15	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
16	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	41
17	3	5	5	5	4	3	3	4	3	3	38
18	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	43
19	3	5	5	5	3	3	2	3	4	4	37
20	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	41
21	5	3	3	3	3	4	3	5	5	4	38
22	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	45
23	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	42
24	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	31
25	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5	41
26	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5	43
27	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
28	5	4	4	4	4	3	5	4	5	4	42
29	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	46
30	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	44
31	4	3	5	4	3	3	5	5	2	2	36
jumlah											1264

Tabulasi kualitas pelayanan									
Responden	Butir soal								
No	1	2	3	4	5	6	7	8	Skor total
1	4	4	4	5	5	5	5	5	37
2	4	5	4	5	5	4	4	4	35
3	4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	5	5	3	3	3	2	31
6	4	4	5	4	4	5	5	5	36
7	4	4	4	4	5	4	5	4	34
8	4	4	4	3	4	5	5	5	34
9	4	3	4	4	4	4	4	4	31
10	3	2	4	3	2	3	3	3	23
11	4	3	5	4	4	5	4	4	33
12	5	4	5	4	4	5	5	4	36
13	5	5	5	5	4	4	4	4	36
14	5	5	4	5	4	4	4	4	35
15	5	5	4	4	4	4	4	4	34
16	5	5	4	4	4	5	4	2	33
17	4	3	2	3	3	3	4	3	25
18	5	4	4	4	4	5	4	4	34
19	5	3	3	3	3	2	3	4	26
20	5	4	5	5	5	5	4	4	37
21	2	5	4	5	5	4	3	4	32
22	4	5	5	5	5	5	5	4	38
23	4	4	4	4	4	4	5	3	32
24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
25	4	5	5	4	4	4	4	3	33
26	4	5	5	5	5	4	4	3	35
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	5	4	4	4	4	4	3	32
29	4	4	5	4	4	5	5	4	35
30	4	4	5	4	4	5	4	3	33
31	5	3	4	5	3	4	4	3	31
jumlah									1,012

Tabulasi keputusan pedagang								
Responden	Butir soal							
No	1	2	3	4	5	6	7	Skor total
1	5	4	5	4	5	5	5	33
2	4	4	4	4	5	4	4	29
3	4	3	3	3	4	4	4	25
4	4	3	3	4	4	4	4	26
5	4	4	3	5	5	5	5	31
6	4	3	4	5	4	4	4	28
7	4	4	4	4	4	4	4	28
8	4	3	4	4	3	4	4	26
9	3	3	4	4	4	5	5	28
10	3	3	3	4	3	3	3	22
11	3	3	5	5	4	5	4	29
12	3	5	5	5	4	4	4	30
13	5	4	5	5	5	4	4	32
14	4	5	5	4	5	5	5	33
15	4	4	5	4	4	4	4	29
16	4	5	4	5	4	5	4	30
17	3	3	4	2	3	3	4	22
18	4	5	4	4	4	5	4	30
19	3	2	3	3	3	2	3	19
20	5	5	4	5	5	5	4	33
21	4	3	5	4	5	4	3	28
22	4	5	4	5	5	5	5	33
23	3	4	4	4	4	4	5	28
24	3	2	2	3	3	3	3	19
25	3	3	4	5	4	4	4	27
26	3	3	4	5	5	4	4	28
27	4	3	4	4	4	4	4	27
28	3	5	4	4	4	4	4	28
29	4	5	5	5	4	5	5	33
30	3	5	5	5	4	5	4	31
31	4	4	5	4	3	4	2	26
Jumlah								871



Lampiran

Uji Validitas Lokasi

Correlations

		lks1	lks2	lks3	lks4	lks5	lks6	lks7	lks8	lks9	lks10	total
lks1	Pearson Correlation	1	-.182	.187	-.095	.306	.413 <sup>*</sup>	.433 <sup>*</sup>	.299	.925 <sup>**</sup>	.175	.677 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.336	.322	.619	.100	.023	.017	.109	.000	.354	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
lks2	Pearson Correlation	-.182	1	.515 <sup>**</sup>	.422 <sup>*</sup>	.187	-.262	.137	.169	-.093	.482 <sup>**</sup>	.369 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.336		.004	.020	.322	.162	.472	.372	.627	.007	.045
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
lks3	Pearson Correlation	.187	.515 <sup>**</sup>	1	.485 <sup>**</sup>	.390 <sup>*</sup>	.093	.149	.037	.273	.061	.516 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.322	.004		.007	.033	.625	.431	.844	.144	.747	.004
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
lks4	Pearson Correlation	-.095	.422 <sup>*</sup>	.485 <sup>**</sup>	1	.506 <sup>**</sup>	-.054	.174	.186	.077	-.026	.382 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.619	.020	.007		.004	.775	.357	.326	.686	.890	.037
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
lks5	Pearson Correlation	.306	.187	.390 <sup>*</sup>	.506 <sup>**</sup>	1	.253	.508 <sup>**</sup>	.347	.249	.266	.693 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.100	.322	.033	.004		.178	.004	.060	.184	.155	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
lks6	Pearson Correlation	.413 <sup>*</sup>	-.262	.093	-.054	.253	1	.322	.243	.271	-.035	.417 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.023	.162	.625	.775	.178		.083	.196	.147	.852	.022
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
lks7	Pearson Correlation	.433 <sup>*</sup>	.137	.149	.174	.508 <sup>**</sup>	.322	1	.519 <sup>**</sup>	.257	.151	.696 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)					.004			.007			.000



	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
kpl3	Pearson	.164	.380*	1	.520**	.366*	.573**	.302	.056	.671**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.378	.035		.003	.043	.001	.099	.766	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
kpl4	Pearson	.194	.593**	.520**	1	.597**	.323	.113	.040	.675**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.296	.000	.003		.000	.076	.545	.832	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
kpl5	Pearson	-.064	.593**	.366*	.597**	1	.586**	.491**	.427*	.798**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.734	.000	.043	.000		.001	.005	.017	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
kpl6	Pearson	.112	.271	.573**	.323	.586**	1	.692**	.379*	.780**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.550	.141	.001	.076	.001		.000	.036	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
kpl7	Pearson	.166	.158	.302	.113	.491**	.692**	1	.477**	.662**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.372	.396	.099	.545	.005	.000		.007	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
kpl8	Pearson	-.046	-.037	.056	.040	.427*	.379*	.477**	1	.449*
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.805	.842	.766	.832	.017	.036	.007		.011
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
jumlah	Pearson	.344	.650**	.671**	.675**	.798**	.780**	.662**	.449*	1
h	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.058	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.011	
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31

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

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

## Uji Validitas Keputusan Pedagang

**Correlations**

		kp1	kp2	kp3	kp4	kp5	kp6	kp7	skor
kp1	Pearson Correlation	1	.324	.254	.206	.509**	.398*	.168	.546**
	Sig. (2-tailed)		.076	.167	.265	.003	.027	.366	.001
	N	31	31	31	31	31	31	31	31
kp2	Pearson Correlation	.324	1	.516**	.484**	.432*	.668**	.406*	.788**
	Sig. (2-tailed)	.076		.003	.006	.015	.000	.023	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31
kp3	Pearson Correlation	.254	.516**	1	.406*	.344	.474**	.173	.654**
	Sig. (2-tailed)	.167	.003		.024	.058	.007	.351	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31
kp4	Pearson Correlation	.206	.484**	.406*	1	.520**	.622**	.296	.708**
	Sig. (2-tailed)	.265	.006	.024		.003	.000	.106	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31
kp5	Pearson Correlation	.509**	.432*	.344	.520**	1	.599**	.533**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.003	.015	.058	.003		.000	.002	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31
kp6	Pearson Correlation	.398*	.668**	.474**	.622**	.599**	1	.618**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.027	.000	.007	.000	.000		.000	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31
kp7	Pearson Correlation	.168	.406*	.173	.296	.533**	.618**	1	.634**
	Sig. (2-tailed)	.366	.023	.351	.106	.002	.000		.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31
skor	Pearson Correlation	.546**	.788**	.654**	.708**	.775**	.874**	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	31	31	31	31	31	31	31	31

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

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

## Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.757	.753	10

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.780	.781	8

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.839	.839	7

## Uji Analisis Statistik Deskriptif

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Lks	31	30	47	1264	40.77	4.137
Kpl	31	23	38	1012	32.65	3.720
Kp	31	19	33	871	28.10	3.789
Valid N (listwise)	31					

## Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60579283
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
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 Multikolinearitas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.788	3.055		-1.894	.069		
	Lks	.427	.116	.467	3.686	.001	.400	2.498
	Kpl	.504	.129	.495	3.909	.001	.400	2.498

- a. Dependent Variable: kp

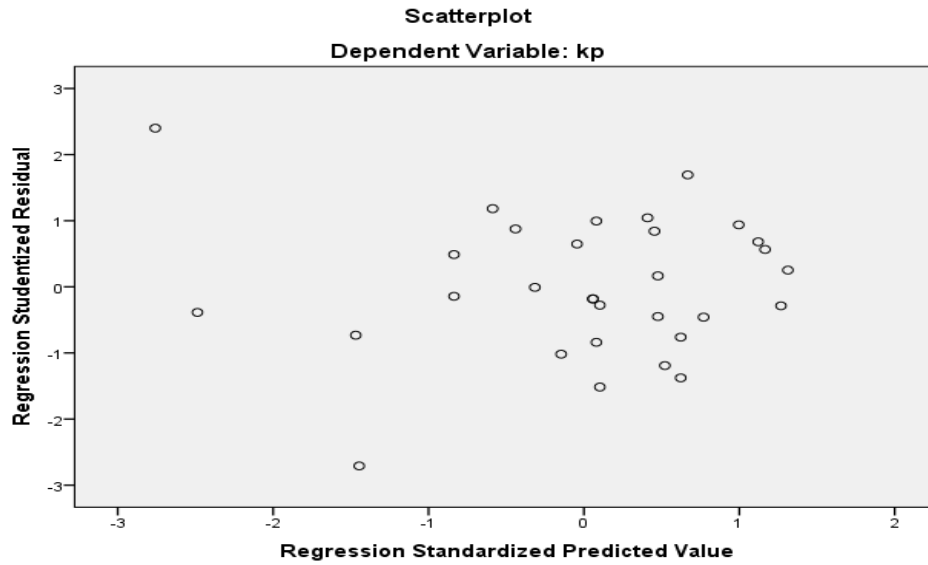
## Uji Autokorelasi

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.906 <sup>a</sup>	.820	.808	1.662	2.092

- a. Predictors: (Constant), kpl, lks
- b. Dependent Variable: kp

## Uji Heteroskedastisitas



## Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.906 <sup>a</sup>	.820	.808	1.662

a. Predictors: (Constant), kpl, lks

b. Dependent Variable: kp

## Hasil Uji t

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.788	3.055		-1.894	.069
	Lks	.427	.116	.467	3.686	.001
	Kpl	.504	.129	.495	3.909	.001

a. Dependent Variable: kp

## Hasil Uji F

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	353.353	2	176.676	63.949	.000 <sup>b</sup>
	Residual	77.357	28	2.763		
	Total	430.710	30			

a. Dependent Variable: kp

b. Predictors: (Constant), kpl, lks

## Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.788	3.055		-1.894	.069
	Lks	.427	.116	.467	3.686	.001
	Kpl	.504	.129	.495	3.909	.001

a. Dependent Variable: kp



Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694



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

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671



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 2004 )



Tabel Nilai t

d.f	$t_{0,10}$	$t_{0,05}$	$t_{0,025}$	$t_{0,01}$	$t_{0,005}$	d.f
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, 2004)



**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, 2004)



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, 2004)







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

21 Februari 2020

**Yth; Pengelola Pasar Sipirok**

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

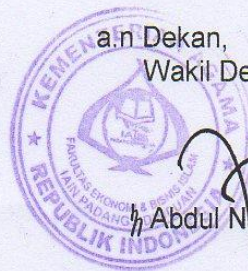
Nama : Nina Erlinda Harahap  
NIM : 1540100096  
Semester : X (Sepuluh)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Faktor Penentu Keputusan Pedagang Pasar Sipirok Dalam Memilih Produk Jasa Bank Syariah ".

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



h Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan



Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan

Di

Tempat

Perihal : Surat Keterangan Riset

**Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,**

Salam takzim dari kami keluarga besar KADIS Koperasi Perindustrian, Perdagangan dan UMKM Kabupaten Tapanuli Selatan, semoga Allah SWT memberikan kemudahan dan keistiqamahan kepada kita semua dalam menjalankan ibadah serta menjalankan aktivitas sehari-hari. Aamiin

Menindaklanjuti surat yang kami terima Nomor: 529/In. 14/G.  
1/G.4b/TL.00/02/2020 Tanggal 21 Februari 2020 Perihal Mohon Izin Riset, maka dengan ini kami sampaikan bahwa:

Nama : **Nina Erlinda harahap**  
Nim : 15 401 00096  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **"Faktor Penentu Keputusan Pedagang Pasar Sipirok Dalam Memilih Produk Bank Syariah"**

Bahwa yang bersangkutan benar telah melakukan riset/ penelitian seta pengumpulan data yang dibutuhkan di KADIS Koperasi Perindustrian, Perdagangan dan UMKM Kabupaten Tapanuli selatan, berkaitan dengan judul skripsi yang akan disusun.

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih

**Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,**

Sipirok, ~~Senin~~ 10-08-2020 ,

Pengelola Pasar Sipirok

  
Hendra Pane





NAMA : LUSIANA

PEKERJAAN : PEDAGANG CABAI



NAMA : SISKANGRAINI

PEKERJAAN : PEDAGANG PAKAIAN



NAMA : ROSLEMI SIREGAR

PEKERJAAN : PEDAGANG TAS



NAMA : ADELINA HARAHAHAP

PEKERJAAN : PEDAGANG DOMPET





NAMA : NUR AMINAH SIREGAR

PEKERJAAN : PEDAGANG PANGGELONG



NAMA : NURLAN

PEKERJAAN : PEDAGANG SEMBAKO



NAMA : NAWIR SALEH LUBIS

PEKERJAAN : PEDAGANG BUAH



NAMA : NOVIDA HARAHAAP

PEKERJAAN : PEDAGANG BUMBU





NAMA : HOTNIDA HUTASUHUT

PEKERJAAN : PEDAGANG SAYUR



NAMA : NANI SIREGAR

PEKERJAAN : PEDAGANG MUSIMAN



NAMA : RIZAL

PEKERJAAN : PEDAGANG DAGING KERBAU