



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN
HAJI IB MAKBUL PADA PT. BANK
SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

**ADE SAHRENI PILIANG
NIM: 14 401 00031**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2018**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN
HAJI IB MAKBUL PADA PT. BANK
SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

**ADE SAHRENI PILIANG
NIM: 14 401 00031**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2018**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN
HAJI IB MAKBUL PADA PT. BANK
SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

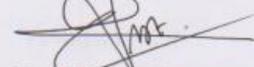
**ADE SAHRENI PILIANG
NIM: 14 401 00031**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I


H. Sumper Mulia Harahap, M. Ag
NIP. 19720313 200312 1 002

PEMBIMBING II


Hamid Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

**FAKULTASEKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2018**



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Ade Sahreni Piliang**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 01 Oktober 2018
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Ade Sahreni Piliang** yang berjudul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji iB Makbul Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M. Ag
NIP. 19720313 200312 1 002

PEMBIMBING II

NIP. 19830317 201801 2 001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.
Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ade SahreniPiliang
NIM : 14 401 00031
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/PS-2
Judul Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji iB Makbul Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya 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 IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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

Padangsidimpuan, 01 Oktober 2018

Saya yang menyatakan,



ADE SAHRENI PILIANG
NIM. 14 401 00031

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

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

Nama : Ade Sahreni Piliang
Nim : 14 401 00031
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 01 Oktober 2018
Yang Menyatakan



ADE SAHRENI PILIANG
Nim: 14 401 00031



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

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

: ADE SAHRENI PILIANG
: 14 401 00031
: Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
: ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN HAJI IB
MAKBUL PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN

Ketua

M. Muddid Harahap, M.Ag
19750103 200212 1 001

Sekretaris

Nofinawati, SEI, MA
NIP. 19821116 201101 2 003

Anggota

M. Muddid Harahap, M.Ag
19750103 200212 1 001

Nofinawati, SEI, MA
NIP. 19821116 201101 2 003

S. Lubis, S.E., M.Si
19630107 199903 1 002

DR. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 19720313 200312 1 002

Asesman Sidang Munaqasyah

: Padangsidimpuan
Tanggal : Jum'at/ 26 Oktober 2018
Waktu : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB
Nilai : LULUS/81 (A)
: 3,468
Kategori : Amat Baik



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4.5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

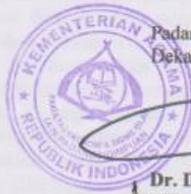
PENGESAHAN

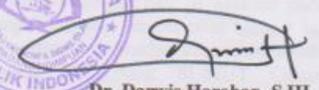
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
MEMILIH TABUNGAN HAJI IB MAKBUL
PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN

NAMA : ADE SAHRENI PILIANG
NEM : 14 401 00031

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

Padangsidimpuan, 08 November 2018
Dekan,




Dr. Darwis Harahap, S.HI., M. SI
NIP. 19780818 200901 1 0015

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, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji Ib Makbul Pada Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. H. Darwis Dasopang, M.Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, MA Wakil Rektor Bidang

Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.A Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Institusi Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangandan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Nofinawati, SEI., MA selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah di IAIN Padangsidempuan.
4. Ibu Nofinawati, SEI., MA selaku Pembimbing I dan ibu Windari SE., MA selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak H. Ali Hardana, M.Si selaku validator angket yang telah menyediakan waktu dan tenaganya dalam memberikan arahan dan bimbingan bagi peneliti dalam menyelesaikan 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. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Bapak Pimpinan Cabang PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan serta seluruh karyawan dan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang ikut serta mendukung dan terlibat dalam penelitian ini.
9. Teristimewa keluarga tercinta yang paling berjasa dan paling peneliti sayangi dalam hidup ini. Terutama untuk Ayahanda Illyas Siregar dan Alm. Ibunda Rosmina Siregar yang telah banyak berkorban serta memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai kuliah di IAIN Padangsidempuan, serta kepada adik (Fauzi Alamsyah Siregar, Rian Hamonangan Siregar) yang juga selalu memberikan semangat dan dorongan, karena keluarga menjadi tempat istimewa bagi peneliti.
10. Para sahabat-sahabat(Delima, Dewi, Ummi, Sri, Nurmasia, Lailan, Amel, Nurmai, suknah, lena) sahabat kecil Rodia dan Ira tak lupa untuk sahabat KKL Desa Balimbing Jae yang telah banyak membantu, memberikan masukan, nasehat, motivasi, serta teman-teman angkatan 2014 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu khususnya Perbankan Syariah 2 yang

telah banyak membantu, dan memberikan motivasi sampai dengan skripsi ini selesai.

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

Padangsidempuan, Oktober 2018
Peneliti,

ADE SAHRENI PILIANG
Nim. 14 401 00031

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengantitik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

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

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

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

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

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	fathah dan alif a a	ā	a dangaris atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dangaris di bawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dangaris di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. Syaddah (Tsaydid)

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 di depan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan

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

7. Penulisan Kata

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

8. Huruf Capital

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

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

9. Tajwid

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

ABSTRAK

NAMA : ADE SAHRENI PILIANG
NIM : 14 401 00031
JUDUL : Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji iB Makbul Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Nasabah tabungan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan mengalami *fluktuasi* pada setiap periodenya. Berdasarkan hal tersebut PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan telah melakukan berbagai inovasi baik pada promosi, pelayanan serta lokasi yang sudah ditetapkan demi meningkatkan jumlah nasabahnya namun fakta berbicara bahwa nasabah tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan masih belum sesuai yang diharapkan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Rumusan dari penelitian ini apakah terdapat pengaruh promosi, pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu perbankan yang berkaitan dengan pemasaran bank. Pendekatan yang dilakukan adalah teori tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah diantaranya promosi, pelayanan dan lokasi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 95 nasabah dengan teknik pengambilan sampel adalah *sampling incidental*. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,513 > 1,290$). Tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,753 < 1,290$) dan terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,294 > 1,290$). Berdasarkan uji signifikansi (uji F) dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar ($132,572 > 2,14$). Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel promosi, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

KataKunci : Promosi, Pelayanan, Lokasi dan Keputusan Nasabah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH.....	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Defenisi Operasional.....	9
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitan	11
H. Sistematika Pembahasan.	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. KerangkaTeori.....	14
1. Pengertian Bank Syariah	14
2. Keputusan Nasabah	18
a. Defenisi Keputusan Nasabah	18
b. Proses Pengambilan Keputusan.....	18
c. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan	23
3. Promosi.....	25
a. Defenisi Promosi.	25
b. Tujuan Promosi	27
c. Indikator Promosi	28
4. Pelayanan.....	29
a. Defenisi Pelayanan	29

b. Jenis Pelayanan.....	30
c. Indikator Pelayanan	30
5. Lokasi.	32
a. Defenisi Lokasi.....	32
b. Tujuan Lokasi.....	33
c. Indikator Lokasi.....	34
6. Tabungan Haji iB Makbul.	36
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Pikir.....	43
D. Hipotesis.....	43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	45
B. Jenis Penelitian	45
C. Populasi Dan Sampel	45
D. Sumber Data	46
E. Teknik Pengumpulan Data	47
a. Wawancara	47
b. Kuesioner.....	47
c. Observasi	49
F. Analisa Data	49
1. Uji Validitas dan Uji Realibilitas	49
a. Uji Validitas	49
b. Uji Reliabilitas	50
2. Analisa Deskriptif	50
3. Uji Normalitas	51
4. Uji Lineraitas	51
5. Uji Asumsi Klasik.....	51
a. Multikolinearitas.....	51
b. heteroskedastisitas.....	51
6. Uji Persamaan Regresi Berganda	53
7. Uji Hipotesis	54
a. Uji Koefisien Determinasi R^2	54
b. Uji signifikansi Parsial (Uji t).....	55
c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	55

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidmpuan	
1. Sejarah Singkat PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidmpuan	57
2. Visi dan Misi PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Padangsidmpuan..	60
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian	68

1. Uji Validitas	68
2. Uji Reliabilitas	70
3. Uji Statistik Deskriptif.....	71
4. Uji Normalitas.....	72
5. Uji Linearitas.	73
6. Uji Asumsi Klasik.	75
a. Uji Multikolinearitas.....	75
b. Uji Heterokedastisitas	77
7. Uji Persamaan Regresi Berganda.....	78
8. Uji Hipotesis	80
1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80
2) Uji Parsial (Uji t)	81
3) Uji Simultan (Uji F).....	82
C. Pembahasan Hasil Analisa Data.....	83
D. Keterbatasan Penelitian.....	88

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	89
B. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Nasabah Tabungan Haji Ib Makbul Ntahn 2017	4
Tabel I.2 Defenisi Operasional	10
Tabel II.1 Peneliti Terdahulu	40
Tabel III.1 Skala Likert	48
Tabel III.2 Kiki-Kisi Indikator Angket	48
Tabel III.3 Pedoma Interpretasi Koefisien Korelasi	55
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Promosi	68
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Pelayanan	69
Tabel Iv.3 Hasil Uji Validitas Lokasi	69
Tabel Iv.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah	70
Tabel Iv.5 Hasil Uji Reabilitas	70
Tabel Iv.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif	71
Tabel Iv.7 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel Iv.8 Hasil Uji Linearitas Promosi	74
Tabe Iv.9 Hasil Uji Linearitas Pelayanan	74
Tabel Iv.10 Hasil Uji Linearitas Lokasi	75
Tabel Iv.11 Hasil Multikolinearias	75
Tabel Iv.12 Hasil Heterokedastisitas	77
Tabel Iv.13 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	79
Tabel Iv.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80
Tabel Iv. 15 Hasil Uji Parsial (t)	81
Tabel Iv.16 Hasil Uji Simultan (F)	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : KerangkaPikir	
Gambar 4.1 : Model UjiAutokeralasi	
Gambar 4.2 : HasilUjiHeterokedastisitas	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Lampiran 2

Lampiran 3

Lampiran 4

Lampiran 5

Lampiran 6

Lampiran 7

Lampiran 8

Lampiran 9

Lampiran 10

Lampiran 11

Lampiran 12

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, maka hadirnya bank syariah sudah menjadi obsesi banyak orang bahkan sebelum Indonesia merdeka. Dimana saat itu umat Islam di Indonesia terpaksa menggunakan jasa bank konvensional karena belum memiliki lembaga yang bebas riba.

Tahun 1990, MUI membentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Ini merupakan cikal bakal lahirnya perbankan syariah di Indonesia. Pada tahun 1991, bank syariah pertama di Indonesia yaitu bank muamalat. Masyarakat di Negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap Bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktifitas keuangan. Aktifitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di Negara maju dan berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.¹

Di Negara maju Bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian Negara. Bank merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menempatkan dananya secara umum.

Disamping itu peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu Negara. Bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian

¹Ismail, *Perbankan Syariah* (Surabaya: Kencana Prenadamedia Group, 2010), hlm. 29

suatu Negara. Oleh karena itu kemajuan suatu Bank di suatu Negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan Negara yang bersangkutan. Semakin maju Negara tersebut, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakatnya. Adapun Islam sebagai agama merupakan konsep yang mengatur kehidupan manusia secara komprehensif dan universal, baik dalam hal hubungan dengan sang pencipta (*Hablumminallah*) maupun dalam hubungan sesama manusia (*Hablumminannas*).²

Menurut Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 729 tahun 1990 tentang “Lembaga Keuangan” lembaga keuangan diberi batasan sebagai semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Meskipun dalam peraturan tersebut lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasi perusahaan, namun peraturan tersebut tidak berarti membatasi kegiatan pembiayaan lembaga keuangan hanya untuk investasi perusahaan. Dalam kenyataannya, kegiatan pembiayaan lembaga keuangan biasa diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, serta kegiatan distribusi barang dan jasa. Secara umum lembaga keuangan dapat dikelompokkan dalam dua bentuk, yaitu bank dan bukan bank. Mengingat kegiatan utama dari lembaga keuangan adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana, perbedaan antara

²Hery Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2010), hlm. 124

bank dan lembaga keuangan bukan bank dapat dilihat melalui kegiatan utama mereka tersebut.³

Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang konsumen terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula konsumen bertindak sebaliknya. Mungkin konsumen tidak memahami motivasi konsumen secara lebih mendalam, sehingga mereka sering pula bereaksi untuk mengubah pikiran konsumen pada menit-menit terakhir sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian. Untuk itu para pemasar perlu mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilakunya dalam berbelanja. Studi seperti ini perlu dilakukan bagi para pemasar untuk mempersiapkan seperangkat kebijakan pemasarannya seperti pengembangan produk beserta ciri-cirinya, harga, saluran distribusi, penyampaian pesan periklanannya, dan unsur-unsur detail dari bauran pemasaran.⁴

Salah satu kegiatan usaha pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu penjualan tabungan. Tabungan merupakan dana yang berasal dari pihak ketiga yang diletakkan dalam sebuah perbankan yang mana dana tersebut bisa ditarik kapan saja termasuk bisa mempergunakan ATM (*Automatic Teller Machine*). Dimana dalam hal ini peneliti akan membahas tentang salah satu jenis tabungan yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu tabungan haji iB Makbul. Tabungan haji iB Makbul adalah produk tabungan khusus bagi nasabah yang disediakan bagi

³Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm. 5

⁴Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Kencana Predana Media Group, 2010), hlm. 1

nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji terkoneksi secara online dengan sistem computer haji terpadu (SISKOHAT).

Dari data yang diperoleh peneliti menyatakan bahwa jumlah nasabah tabungan haji iB Makbul di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan mengalami Fluktuasi. Data tersebut bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel I.1

Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Haji iB Makbul Tahun 2017⁵

No	Bulan	Jumlah
1.	Januari	200 orang
2.	Februari	139 orang
3.	Maret	101 orang
4.	April	84 orang
5.	Mei	68 orang
6.	Juni	50 orang
7.	Juli	181 orang
8.	Agustus	239 orang
9.	September	216 orang
10.	Oktober	208 orang
11.	November	216 orang
12.	Desember	198 orang

Sumber PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, 2017

Dari tabel I.1 di atas terlihat pada bulan januari tahun 2017 jumlah nasabah tabungan haji iB makbul sebanyak 200 orang nasabah, sementara di bulan februari jumlah nasabah tabungan haji menurun sebesar 30,5%. Maret jumlah nasabah tabungan haji turun sebesar 27,33%. April jumlah nasabah tabungan haji turun sebesar 16,83%. Mei mengalami penurunan sebesar 19,04%. Juni mengalami penurunan sebesar 26,47%. Juli mengalami peningkatan sebesar 262%. Agustus mengalami kenaikan sebesar 32,04%.

⁵Wawancara dengan karyawan PT. Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, Bagian Operasional, 20 maret 2018

September mengalami penurunan sebesar 0,41%. Bulan oktober mengalami penurunan sebesar 3,70%. November mengalami kenaikan sebesar 3,84%. Kemudian bulan terakhir yaitu desember mengalami penurunan sebesar 8,33%.

Berdasarkan tabel I.1 perkembangan jumlah nasabah tabungan haji iB Makbul di atas dapat disimpulkan jumlah nasabah yang mengalami fluktuasi tiap bulannya dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor misalnya promosi, pelayanan, lokasi dan lainnya. Dalam hal ini PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan lebih memperhatikan kerjasama untuk meningkatkan jumlah nasabah yang memilih tabungan iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Dalam memasarkan produknya Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan telah memantapkan posisinya sebagai salah satu bank yang mempunyai upaya dalam strategi pemasaran. Hal ini diperlukan adanya tenaga pemasar yang harus bisa membaca situasi pasar sekarang dan masa mendatang, selain itu harus diketahui juga faktor-faktor apa saja yang menyebabkan orang memilih membuka tabungan di bank syariah khususnya tabungan haji.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah seorang nasabah yang membuka tabungan haji iB Makbul di bank SUMUT syariah yaitu Bapak Pardamen Nasution adapun faktor yang membuat bapak pardamean tertarik untuk hal ini karena faktor keluarga/pribadi, salah satu

keluarga telah menjadi nasabah tersebut. Hal ini merupakan termasuk faktor keluarga atau sosial.⁶

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat menentukan nasabah untuk membuka tabungan. Menurut Indriyo Gitosudarmo promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.⁷

Aktivitas promosi mempunyai pengaruh penting atas penjualan yang dicapai oleh perusahaan. Dalam hal ini, PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan juga melakukan sarana promosi dalam menarik dan meningkatkan jumlah nasabah.

Dari hasil wawancara terhadap salah satu pegawai PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan bahwa promosi yang dilakukan cukup memuaskan nasabah, di akibatkan produk haji iB Makbul memiliki produk yang unggul dan produk iB Makbul memberikan fasilitas gratis manasik haji.⁸ Menurut Darmiati salah nasabah yang menggunakan tabungan haji iB makbul dia merasa puas karena bebas biaya administrasi.

Selain itu adapun faktor yang menyebabkan orang tertarik untuk membuka tabungan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu keandalan sistem pelayanan sering menjadi penentu

⁶Hasil wawancara dengan nasabah tabungan haji Bapak Pardamean Nasution

⁷Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2012), hlm. 154

⁸Wawancara dengan karyawan PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan, Bagian pemasaran.

kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Produk-produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh berbagai bank bisa jadi sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah. Kepuasan nasabah sebagai kunci sukses jasa bank, oleh karena itu, upaya kalangan perbankan untuk memperoleh kepercayaan nasabah diwarnai oleh fenomena persaingan yang ketat.

Faktor lain sebagai penentu keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji yaitu adanya segmentasi geografis. Segmentasi geografis memerlukan pembagian pasar menjadi berbagai unit geografis seperti Negara bagian, wilayah, kabupaten, kota atau lingkungan sekitar. Dimana dalam hal ini lokasi Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan terletak pada kawasan yang cukup strategis karena berada di letak pusat kota dan dekat dengan pasar.

Inilah beberapa hal yang melatarbelakangi peneliti tertarik untuk meneliti apakah fenomena yang peneliti paparkan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Maka peneliti membuat judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji iB Makbul Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.”**

B. Identifikasi Masalah

1. Jumlah nasabah tabungan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan mengalami fluktuasi pada bulan januari sampai desember tahun 2017.

2. Keluarga atau sosial merupakan hal yang paling penting untuk menarik minat nasabah terhadap suatu produk bank.
3. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan sudah melakukan promosi yang cukup baik namun keputusan nasabah memilih tabungan belum meningkat
4. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan sudah memberikan pelayanan yang cukup baik namun keputusan nasabah memilih tabungan belum meningkat
5. PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan sudah menetapkan lokasi yang strategis namun keputusan nasabah memilih tabungan belum meningkat

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang dipaparkan di atas, banyak faktor yang memengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan haji. Pada penelitian ini peneliti tidak membahas semua faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul, melainkan hanya tiga faktor saja yaitu promosi, pelayanan dan lokasi. Produk yang diteliti adalah tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

D. Rumusan Masalah

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

1. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
3. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
4. Apakah terdapat pengaruh Promosi, pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

E. Defenisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka dibuatlah defenisi operasional untuk menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

Tabel II.2
Defenisi operasional variable

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Keputusan nasabah (Y)	Sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. ⁹	a. penganalan masalah b. pencarian informasi c. evaluasi alternatif d. keputusan membeli e. perilaku sesudah membeli	Ordinal
2.	Promosi (X ₁)	Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. ¹⁰	a. periklanan b. promosi penjualan c. publisitas d. penjualan perorangan e. pemasaran langsung	Ordinal
3.	Pelayanan (X ₂)	Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya. ¹¹	a. berwujud b. perhatian c. cepat tanggap d. kehandalan e. kepastian	Ordinal
4.	Lokasi (X ₃)	Lokasi adalah tempat dimana diperjual belikan produk dan pusat pengendalian perbankan	a. dekat pasar b. dekat perumahan c. dekat kawasan industri d. dekat perkantoran e. mempetimbangkan jumlah pesaing	Ordinal

⁹Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (PT. Indeks, 2004), hlm. 485.

¹⁰Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama,2015), Hlm. 130.

¹¹Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hlm. 152.

F. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Promosi, pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
 - a. Menerapkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
 - b. Menambah wawasan bagi peneliti mengenai tabungan haji yang ada pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

c. Dapat mengaplikasikan apa yang telah dipelajari pada penelitian dalam kehidupan nyata.

2. Bagi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Manfaat bagi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan adalah sebagai sumber referensi dan informasi untuk membuat kebijakan yang berkaitan dengan apa yang telah diteliti tersebut.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Sebagai bahan informasi atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian yang sama atau kearah yang lebih luas.

4. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan pemerintah dalam menjalankan fungsi sebagai lembaga intermediasi.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan skripsi ini, maka peneliti membagi sistematika pembahasan menjadi lima bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-sub dengan rincian sebagai berikut:

Bab I yang berisikan pendahuluan, dimana pendahuluan tersebut mengurikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan kajian teori, kerangka berpikir dan hipotesis. Dimana kajian teori terdiri dari variabel X (promosi, pelayanan dan lokasi) dan variabel Y (Keputusan nasabah).

Bab III mengemukakan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrument pengumpulan data dan analisa data.

Bab IV mengemukakan tentang hasil penelitian, gambaran umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, hasil uji instrument penelitian, pembahasan hasil analisis data, dan keterbatasan penelitian.

BabV berisi tentang penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pengertian Bank Syariah

Bank merupakan hasil perkembangan cara-cara penyimpanan harta yang tepat untuk benda. Para saudagar merasa khawatir membawa perhiasan dan lain-lainnya dari suatu tempat ke tempat lainnya karena pelabuhan dan tempat-tempat lain terdapat banyak pencuri. Maka bank merupakan tempat alternatif yang tepat untuk menetapkan barang-barang berharga, karena bank dapat dipercaya dan dapat dijaga harta dengan kekuatan tenaga.

Bagi masyarakat yang hidup di negara-negara maju, seperti negara-negara Eropa, Amerika dan Jepang, mendengar kata bank sudah bukan merupakan barang yang asing. Bank sudah merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan mereka. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti, tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran atau melakukan penagihan.¹

Kemudian pengertian Bank menurut undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan adalah:

¹Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2002), hlm. 1.

Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²

Sedangkan Bank Syariah adalah bank yang dalam system operasionalnya tidak menggunakan system bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariat Islam. Dalam menentukan imbalannya, baik imbalan yang diberikan maupun diterima, bank syariah tidak menggunakan system bunga, akan tetapi menggunakan konsep imbalan sesuai akad yang diperjanjikan.

Bank syariah adalah bank yang dalam kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip syariah yang sering pula dikenal bank Islam. Bank Islam adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad Saw. Antonio dan Perwataatmadja membedakan menjadi dua pengertian, yaitu Bank Islam dan Bank yang beroperasi dengan syariah Islam. Bank Islam adalah Bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam dan Bank yang tata cara beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islami.³

²Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.12.

³ M. Sulhan Dan Ely Siswanto, *Manajemen Bank Konvensional Dan Syariah* (Malang: UIN-Malang Press, 2008), hlm. 125.

Dalam paradigam akuntansi Islam, bank syariah memiliki fungsi sebagai berikut:⁴

1) Bank syariah sebagai manajemen investasi

bank-bank syariah dapat melaksanakan fungsi ini berdasarkan kontrak mudharabah atau kontrak perwakilan. Menurut kontrak mudaharabah, bank (dalam kapasitasnya sebagai mudharib, yaitu pihak melaksanakan investasi dana dari pihak lain) menerima presentase keuntungan hanya dalam kasus untung. Dalam hal terjadi kerugian, sepenuhnya menjadi resiko dana (shahibul ma), sedangkan bank tidak ikut menanggungnya.

2) Bank sebagai investasi

Bank-bank syariah menginvestasikan dana yang ditempatkan pada dunia usaha (baik dana modal maupun dana rekening investasi) dengan menggunakan alat-alat investasi yang konsisten dengan syariah. Dimana contohnya adalah kontak murabahah, musyarakah, ba'i as-salam, ba'I al istisna, ijarah dan lain-lain. Rekening investasi menjadi dua yakni rekening investasi tidak terbatas dan terbatas.

3) Bank sebagai jasa keuangan

Bank syariah dapat juga menawarkan berbagai jasa keuangan lainnya berdasarkan upah (fee based) dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan. Selain dapat melakukan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, bank juga dapat memberikan

⁴Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: 2001), HLM. 201.

jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan, jasa tersebut antara lain:

a) Sharf (Jual Beli Valuta Asing)

Jual beli mata uang yang tidak sejenis namun harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Bank mengambil keuntungan untuk jasa keuntungan jasa jual beli tersebut.

b) Ijarah (Sewa)

Kegiatan ijarah sewa ini adalah menyewakan simpanan dan jasa tata laksana administrasi dokumen, dalam hal ini bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut.

c) Pengiriman uang (Transfer) antar bank dan kliring

Jasa transfer dan kliring sudah biasa diindustri perbankan. Jasa ini mempermudah transaksi yang dilakukan oleh pengguna nasabah maupun bukan dengan bank lain. Atas jasa ini, bank menegakan biaya tertentu sesuai ketentuan pihak bank sendiri.

d) Penggunaan ATM bersama dengan bank lain

Penggunaan ATM bersama dengan bank lain akan memudahkan baik nasabah bank tersebut maupun nasabah bank lain dalam melakukan transaksi-transaksi keuangan. Imbalan yang diterima bank biasanya berupa biaya pertransaksi.

e) Pembayaran dan pembelian beberapa produk via bank

Ketersediaan layanan yang memudahkan nasabah dalam berbagai kegiatan merupakan salah satu daya tarik bank. Saat ini, banyak bank yang telah bekerjasama dengan pihak lain dalam memberikan kemudahan pembayaran dan pembelian produk-produk tertentu, seperti pembayaran telepon, pajak, listrik, biaya sekolah dan angsuran pinjaman hutang. Dari transaksi ini, bank memperoleh keuntungan berupa tambahan likuiditas semu dan fee tertentu sesuai kesepakatan bank dengan pihak lain tersebut.

4) Bank sebagai jasa sosial

Konsep perbankan Islam/syariah mengharuskan bank Islam melaksanakan jasa sosial, bisa melalui dana qardh (pinjaman kebaikan), zakat atau dana sosial yang sesuai dengan ajaran Islam. Konsep perbankan syariah juga mengharuskan bank syariah memainkan peran dalam pengembangan sumber daya insane dan menyumbang dana bagi pemeliharaan serta pengembangan lingkungan lain.

2. Keputusan Nasabah

a. Definisi keputusan nasabah

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah

yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.

Oleh karena itu begitu besarnya pengaruh yang akan terjadi jika seandainya rekomendasi yang dihasilkan tersebut terdapat kekeliruan atau adanya kesalahan-kesalahan yang tersembunyi karena faktor ketidak hati-hatian dalam melakukan pengkajian masalah.⁵Selain itu menurut pemahaman yang paling umum, sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternative atau lebih.

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank dalam hal keuangan. Menurut Dwi Swkinyo “Nasabah adalah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.”⁶

Dari penjelasan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa keputusan nasabah adalah suatu tindakan atau sikap seseorang dalam memutuskan diantara beberapa pilihan yang ada untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya.

b. Proses pengambilan keputusan

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan antara dua atau lebih alternatif tindakan (perilaku).Keputusan selalu

⁵IKAPI, *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori Dan Aplikasi* (Bandung: ALVABETA, 2016), hlm. 195.

⁶Dwi Swikinyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hlm. 775.

menyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda.⁷ Seperti ditunjukkan dalam model pengambilan keputusan, semua aspek pengaruh dan kognisi dilibatkan dalam pengambilan keputusan konsumen, termasuk pengetahuan, artikepercayaan yang diaktifkan dari ingatan secara proses perhatian dan pemahaman yang terlibat dalam penerjemahan informasi baru di lingkungan. Akan tetapi, inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengobinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya.

Peter-olson dalam *theamerican marketing association*, menegaskan bahwa pengambilan keputusan konsumen merupakan proses interaksi antara sikap efektif, sikap kognitif, sikap behavioral dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan perukaran dengan semua aspek kehidupannya.⁸

Sekalipun tidak mudah untuk mengambil suatu keputusan dalam berbagai kondisi yang dihadapi, tetapi keputusan harus tetap diambil dalam setiap kegiatan yang dilakukan organisasi. Sebuah keputusan merupakan pilihan yang dibuat dari sejumlah alternatif yang ada. Dalam memperlakukan pengambilan keputusan konsumen sebagai suatu pemecahan masalah kita mengasumsikan bahwa konsumen memiliki sasaran (konsekuensinya yang diinginkan atau di nilai dalam rantai arti kata) yang ingin dicapai

⁷Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Kencana Predana Media Group, 2010), hlm. 331.

⁸Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen* (Bandung: ALFABETA, CV 2013), hlm. 195.

atau dipuaskan. Konsumen membuat keputusan perilaku yang mana yang ingin dilakukan berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran.

Dalam hal studi perilaku konsumen, salah satu implikasinya adalah bahwa salah satu generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk, dan individu atau grup tertentu. Konsumen banyak mengambil keputusan pengambilan setiap hari. Perusahaan besar meneliti keputusan pembelian konsumen secara rinci untuk dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan: apa, dimana, bagaimana, berapa banyak, kapan, dan mengapa mereka membeli.

Adapun model keputusan ada empat pandangan mengenai pengambilan keputusan konsumen yaitu: pandangan ekonomi, pandangan pasif, pandangan kognitif, pandangan emosional.⁹ Beberapa Tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian:

- 1) Pengenalan masalah

Proses ini diawali saat pembeli atau nasabah menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli atau nasabah menyadari bahwa adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya.

⁹Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (PT. Indeks, 2004), hlm. 487.

2) Pencarian informasi

Pada proses ini pembeli atau nasabah mulai timbul minatnya atau dorongan untuk mencari informasi lebih banyak. Mencari informasi tentang produk yang akan dibelinya baik itu dari keluarga, teman, iklan, media massa dan orang yang pernah menggunakan produk tersebut.

3) Evaluasi alternatif

Pada proses ini konsumen memproses informasi yang telah dikumpulkan tentang pilihan produk untuk membuat keputusan akhir.

4) Keputusan membeli

Pada tahap evaluasi, konsumen telah memilih merek-merek yang telah dikumpulkan dan diinginkan. Konsumen mungkin memilih satu produk yang paling disukai dan akan dibeli. Dan tahap ini konsumen akan memutuskan produk apa yang akan dibeli berdasarkan apa yang dinginkannya dan paling disukainya setelah melakukan pertimbangan.

5) Perilaku sesudah membeli

Sesudah pembelian produk konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan menggunakan produk yang akan menarik minat pasar.¹⁰ Jika

¹⁰*Ibid.*, hlm. 488.

konsumen mengalami kepuasan setelah membeli produk maka dia akan menceritakan pengalamannya tersebut tentang produk yang dibelinya dan akan mengajak orang lain untuk mencoba produk tersebut menurut pengalam yang dirasakannya.¹¹

c. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah

1) Promosi

Menurut A. Hamdani promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.¹²

Menurut Indriyo Gitosudarmo promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

¹¹Nugroho J. Setiadi, *Op. Cit.*, hlm. 18.

¹²Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2012), hlm. 154

2) Pelayanan

Menurut Philip Kotler pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.¹³

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

3) Lokasi

Menurut Basu Swasta lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu.¹⁴

Mengenai lokasi ada beberapa ahli yang berpendapat dan mendefinisikan mengenai apa itu lokasi, ketika diterjemahkan arti kata lokasi berdasarkan katanya adalah lokasi dilandasi oleh kata ruang. Tanpa ruang maka tidak ada lokasi. Dalam studi tentang wilayah yang dimaksud dengan

¹³Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hlm. 152.

¹⁴ Swasta Basu, *Azas-azas Pemasaran* (Yogyakarta: liberty, 2002), hlm. 24.

ruang adalah permukaan bumi baik yang ada diatas maupun yang ada dibawah sepanjang manusia awam masih bisa menjangkaunnya.¹⁵

3. Promosi

a. Defenisi Promosi

Promosi merupakan fungsi pemberitahuan, pembujukan, dan pengimbasan keputusan pembelian konsumen. Dalam promosi terjadi proses penyajian pesan-pesan yang ditujukan untuk membantu penjualan barang atau jasa. Promosi berarti komunikasi dengan pelanggan. Komunikasi merupakan bagian utama dari aktivitas pemasaran. Tidaklah cukup hanya menghasilkan dan menyediakan sebuah barang atau jasa, penting juga informasi yang dibutuhkan oleh para pembeli agar mengambil keputusan pembelian.¹⁶

Secara garis besar tujuan promosi dapat dibagi menjadi dua, yaitu tujuan jangka panjang (misalnya: membangun nama baik perusahaan, mendidik konsumen, dan menciptakan reputasi tinggi dari suatu produk) dan tujuan jangka pendek (misalnya: meningkatkan penjualan, mengumumkan lokasi agen dan mengumumkan perubahan/penyempurnaan produk.

¹⁵James. F. angel, dkk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1995), hlm. 209.

¹⁶Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 753.

Kegiatan pemasaran yang ideal terjadi ketika suatu produk barang ataupun jasa mampu diterima dengan baik di benak nasabah. Ketika suatu produk jasa maupun barang ditawarkan kepada nasabah peran tenaga penjual sangat diperlukan untuk dapat mempresentasikan isi, kegunaan, dan manfaat dari produk tersebut sehingga mereka merasa bahwa produk yang ditawarkan memiliki kemenarikan dan membuat mereka harus memilih produk tersebut. Untuk itu tenaga penjual haruslah memiliki pengetahuan produk yang luas, karena hal tersebut dapat memunculkan peluang dalam membuka suatu penjualan, artinya nasabah mau memilih produk yang ditawarkan.

Bagi nasabah untuk dapat memutuskan membeli suatu produk tentunya disesuaikan dengan kebutuhannya, namun ada pula yang melihat merek sebagai salah satu pertimbangan dalam memilih suatu produk. Kemudian mencari informasi tentang produk yang mungkin akan dibelinya. Dalam mengumpulakn informasi tersebut nasabah dimungkinkan mendapat referensi dan informasi dari berbagai sumber salah satunya adalah tenaga penjual. Dari kondisi inilah nasabah mulai memikirkan rutinitas pemilihan produknya, memikirkan berapa banyak yang akan dipilih. Sehingga kegiatan promosi dan keputusan pemilihan nasabah tidak dapat terpisahkan karena keberhasilan tenaga

penjual dalam menjual produk dapat terlihat dari keputusan nasabah dalam memilih produk yang diinginkannya.¹⁷

Setiap bank tidak dapat menghindari perannya sebagai komunikator dan promotor. Tanda promosi diharapkan oleh masyarakat dan calon nasabah akan mengenal bank dan semua produknya. Oleh Karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah bank. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

b. Tujuan Promosi

Menurut Hurriyati secara rinci tujuan promosi dapat dibagi menjadi:

1) Menginformasikan

Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru, memperkenalkan cara pemakaian produk yang baru dari suatu produk, menyampaikan perubahan harga kepada suatu pasar, dan menjelaskan kerja suatu produk.

2) Membujuk pelanggan sasaran

Membentuk pilihan merek, mengalihkan pilihan merek ke merek tertentu, mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk, mendorong pembeli untuk belanja pada saat itu juga.

¹⁷Adi Haryadi, *Kiat Memuat Promosi Penjualan* (Jakarta: Alexa Media Komputindo, 2005), hlm. 45.

3) Mengingaktan

Mengingatnkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat, mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan , membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.

c. Indikator promosi

Perusahaanharus mengalokasikan anggaran promosinya diantara lima alat promosi. *Marketing communication mix* (bauran komunikasi pemasaran) terdiri atas:

- 1) *Adversiting* (peiklanan), yaitu semua bentuk penyajian dan promosi non-personal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh bank sponsor tertentu.
- 2) *Sales promotion* (promosi penjualan), yaitu berbagai intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.
- 3) *Public relation and publicity* (hubungan masyarakat dan publisitas), yaitu berbagai program untuk mempromosikan dan melindungi citra bank masing-masing produknya.
- 4) *Personal selling* (penjualan perorangan), yaitu interaksi langsung antara salesmen bank dan satu atau lebih calon pembeli guna melakukan persentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesan.

5) *Direct marketing* (pemasaran langsung) penggunaan surat, telepon, e-mail, dan lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan dan calon pelanggan.¹⁸

4. Pelayanan

a. Defenisi pelayanan

Pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.¹⁹

Kualitas pelayanan yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan, mengurangi pekerjaan kembali dan pemborosan, mengurangi pembayaran biaya garansi, mengurangi ketidakpuasan konsumen, meningkatkan hasil dan meningkatkan utilisasi kapaasitas produksi serta memperbaiki kinerja penyampaian produk atau jasa. Suatu jasa berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atas suatu jasa.

¹⁸Hery sutanto dan khaerul umam, *Op. cit.*, hlm. 380

¹⁹Malayu S.P Hasibuan, *Op. cit.*, hlm. 152

b. Jenis pelayanan

Adapun jenis layanan yaitu jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam. Antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan:²⁰

- 1) Pemberian jasa-jasa saja yang dapat dirasakan merupakan layanan yang hanya bias dirasakan namun tidak dapat dilihat.
- 2) Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang-barang saja merupakan layanan berupa barang yang bisa dilihat.
- 3) Layanan ganda yang berkaitan dengan kedua-duanya merupakan layanan yang dapat dirasakan dan dapat dilihat.

c. Indikator pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima (*perceived service*) dan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan dan atau diinginkan (*expected service*). Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dalam hal ini kualitas pelayanan terdiri

²⁰Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2003), hlm. 14.

dari wujud fisik (*Tangible*), empati (*Empathy*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), dan jaminan (*Assurance*) yang di singkat dengan TERRA yaitu:²¹

- 1) *Tangibles* (berwujud) adalah jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat.
- 2) *Emphaty* (perhatian) adalah kesediaan karyawan dan pengusaha *untuk* lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
- 3) *Responsivness* (cepat tanggap) adalah kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.
- 4) *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten.
- 5) *Assurance* (kepastian) adalah kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maupun instansi pelayanan

²¹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 197.

umum merupakan dasar usaha peningkatan kualitas pelayanan. Penelitian terhadap berbagai pihak yang berkepentingan dengan jasa pelayanan menghasilkan berbagai faktor yang menjadi penghambat peningkatan kualitas pelayanan. Faktor-faktor tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut:²²

- 1) Kurang otoritas yang diberikan pada bawahan
- 2) Bawahan tidak berani mengambil keputusan sebelum ada izin dari atasan
- 3) Petugas sering bertindak kaku dan tidak memberikan jalan keluar yang baik
- 4) Kurang profesional(kurangampil menguasai bidangnya)
- 5) Terlalu berokulasi sehingga lambat dalam menanggapi keluhan konsumen
- 6) Disiplin kerja yang kurang dan tidak tepat waktu

5. Lokasi

a. Defenisi lokasi

Lokasi adalah tempat dimana barang ataupun jasa diperjualbelikan. Penentuan lokasi merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Perusahaan yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan pelanggan berbelanja. Sementara itu *place* (lokasi) adalah sekelompok atau segolongan masyarakat

²²Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), hlm.

yang dijadikan sasaran pemasaran produk jasa yang dapat diharapkan menjadi konsumen bersangkutan.²³

Bagi perusahaan non bank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik atau gudang atau cabang. Sedangkan penentuan lokasi bagi industri perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang.

Penentuan lokasi kantor cabang bank dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta saran dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada.

b. Tujuan lokasi

Secara umum ada beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penentuan lokasi antara lain:

- 1) Agar bank dapat menentukan lokasi yang tepat. Untuk lokasi kantor pusat, kantor cabang, kantor kas, lokasi mesin-mesin ATM tujuannya agar memudahkan nasabah berhubungan atau melakukan transaksi dengan bank.
- 2) Agar bank dapat menentukan dan membeli atau menggunakan teknologi yang paling tepat dalam memberikan kecepatan dan keakuratan guna melayani nasabah.

²³Malayu S.P Hasibuan., *Op. cit.*, hlm. 150

- 3) Agar bank dapat menentukan layout yang sesuai dengan standar keamanan, keindahan dan kenyamanan bagi nasabahnya
- 4) Agar bank bisa menentukan metode antrian yang paling optimal, terutama pada hari atau jam sibuk baik dengan teller ataupun dengan yang lainnya.

c. Indikator lokasi

Hal-hal yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah sebagai berikut:²⁴

1) Dekat dengan pasar

Keputusan pembukaan kantor cabang atau kas di wilayah yang dekat dengan pasar dapat dilakukan apabila target pasar yang ingin di raih adalah para pedagang pasar tersebut. Misalnya agar dapat mempermudah proses transaksi bisnisnya. Ukuran pasar yang dijadikan pilihan biasanya adalah yang berukuran besar, baik dalam hitungan jumlah transaksi maupun jumlah pengunjung. Misalnya, pemilihan pembukaan kantor kas di pasar pagi, hal ini dilakukan agar para pedagang dapat semakin mudah dalam proses transaksi bisnisnya sehingga tidak perlu terlalu khawatir dengan uang tunai.

²⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 148

2) Dekat dengan perumahan atau masyarakat

Apabila suatu perbankan memilih untuk dekat dengan perumahan adalah pada perbankan yang fokus kepada sector ritel. Hal ini sebagai upaya mendekatkan diri bank kepada masyarakat. Sehingga tidak perlu kesulitan untuk mencari kantor cabang bank yang jauh apabila ingin bertransaksi.

3) Dekat dengan kawasan industri dan pabrik

Hal ini bisa menjadi pertimbangan, apabila segmen yang akan dijadikan target pasar bagi bank adalah pabrik atau karyawan pabrik. Misalnya bank akan menawarkan fasilitas pembiayaan ekspor bagi pabrik yang beroperasi dikawasan industri, maka dengan dekat kepada kawasan industri atau pabrik dapat menjadi pertimbangan dalam membuka kantor di kawasan tersebut.

4) Dekat dengan perkantoran

Pilihan ini dapat diambil jika target pasar yang akan diraih oleh bank adalah kantor serta karyawan kantor tersebut, sehingga dengan membuka kantor yang dekat dengan lokasi perkantoran atau bahkan di gedung perkantoran tersebut menjadi salah satu pertimbangan utama.

5) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi

Jumlah pesaing yang telah membuka kantor perwakilan di suatu wilayah harus turut pula menjadi pertimbangan. Meskipun

lokasi yang dipilih sangat strategis, tetapi jumlah pesaingnya banyak maka hal ini harus dipertimbangkan pula. Sebab perhitungan *market share* yang ingin di capai harus dapat dihitung secara tepat. Apabilaterlalu banyak pesaing maka mengurangi jumlah pendapatan bank. Apabila suatu daerah sudah terlalu padat, maka sebaiknya suatu bank tidak membuka kantor di daerah tersebut.²⁵

6. Tabungan Haji iB Makkul

Tabungan merupakan dana yang berasal dari pihak ketiga yang diletakkan dalam sebuah perbankan yang mana dana tersebut bias ditarik kapan saja termasuk bisa mempergunakan ATM (*automatic teller mechine*).

Dalam perbankan syariah fasilitas tabungan juga tersedia. Artinya ketika seseorang nasabah merasa lebih nyaman menyimpan uang di bank syariah dibandingkan bank konvensional karena alasan-alasan tertentu maka bank syariah adalah pilihan tepat.

Haji secara lughowi (etimologis) berasal dari bahasa Arab al-hajj; berarti tujuan, maksud, dan menyengaja untuk perbuatan yang besar dan agung. Selain itu, al-hajj berarti mengunjungi atau mendatangi. Sedangkan secara istilah (terminologis) adalah perjalanan mengunjungi Baitullah untuk melaksanakan serangkaian ibadah pada waktu dan tempat yang telah ditentukan.

²⁵*Ibid., hlm. 148.*

Adapun sejarah haji pada dasarnya, umat manusia sudah sejak lama mengenal dan melakukan kunjungan atau perjalanan spiritual dari satu tempat ke tempat lain dalam rangka ibadah. Tradisi perjalanan spiritual seperti ini dapat ditemui dalam sejarah kehidupan masyarakat termasuk di belahan timur. Ibadah ini dimaksudkan agar manusia mampu mengenal jati diri, membersihkan dan menyucikan jiwa mereka.²⁶ Meskipun ibadah haji dikenal dalam agama-agama sebelum Islam, namun terdapat perbedaan mendasar. Perbedaan itu tampak dalam menentukan tempat-tempat yang dikunjungi, keterlibatan pemuka-pemuka agama dalam upacara ritual, dan binatang-binatang kurban yang disembelih.

Ibadah haji yang dilakukan umat Islam di tanah suci Mekah, sangat erat kaitannya dengan Ka'bah. Di dalam Al-qur'an di jelaskan bahwa Ka'bah merupakan rumah suci yang pertama didirikan. Dalam agama Islam ada beberapa syarat dan rukun yang wajib dilaksanakan oleh ummat Muslim yaitu mengucapkan dua kalimat syahadat, mendirikan sholat, berpuasa pada bulan ramadhan, membayar zakat dan naik haji bagi orang yang mampu. Sebagaimana firman Allah QS. Al-Hajj ayat 26 yang berbunyi:

وَإِذْ بَوَّأْنَا لِإِبْرَاهِيمَ مَكَانَ الْبَيْتِ أَنْ لَا تُشْرِكْ بِي شَيْئًا وَطَهِّرْ بَيْتِيَ
لِلطَّائِفِينَ وَالْقَائِمِينَ وَالرُّكَّعِ السُّجُودِ ﴿٢٦﴾

²⁶Said Agil Husin Al Munawar dan Abdul Halim, *Fikih Haji*, (Jakarta: Ciputat Press), Hlm. 2.

Artinya: dan (ingatlah), ketika Kami memberikan tempat kepada Ibrahim di tempat Baitullah (dengan mengatakan): "Janganlah kamu memperserikatkan sesuatupun dengan aku dan sucikanlah rumahKu ini bagi orang-orang yang thawaf, dan orang-orang yang beribadat dan orang-orang yang ruku' dan sujud. mengetahui."²⁷

Kelima rukun Islam tersebut wajib dilaksanakan oleh setiap

Muslim yang taat. Salah satu ibadah yang sangat dianjurkan adalah ibadah haji. Ibadah haji merupakan ibadah yang wajib bagi setiap ummat Islam yang mampu melaksanakannya sebagai penyempurna bagi rukun Islam sebelumnya. Syarat wajib dan rukun haji adalah:

- 1) Muslim
- 2) Mukallaf
- 3) Merdeka
- 4) Memiliki kemampuan

Adapun rukun haji yaitu:

- a) Ihram
- b) Wukuf di arafah
- c) Tawaf ifadah
- d) Sa'i
- e) Memotong minimal tiga helai rambut
- f) Tertib

Tabungan haji iB Makbul adalah produk tabungan khusus bagi nasabah yang disediakan bagi nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji terkoneksi secara online dengan sistem komputer haji

²⁷Departemen Agama, *Al-Jumanatul 'Ali Al-qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: CV. PENERBIT J-ART), hlm. 126.

terpadu (SISKOHAT), selain itu haji merupakan salah satu yang terdapat dalam rukun Islam yakni naik haji bagi orang yang mampu baik dari segi materi maupun rohani. Dalam memasarkan produknya bank Syariah dan memantapkan posisi bank sebagai salah satu upaya dalam strategi pemasaran diperlukan adanya tenaga pemasar yang harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan masa mendatang. Produsen juga harus pandai menarik dan merayu konsumen untuk terus membeli dan mengosumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi

Beberapa syarat pembukaan tabungan IB Makbul yaitu:

1. Buka rekening Rp. 100.000,-
2. Fotocopy KTP
3. Mengisi formulir dan menandatangani formulir pembukaan rekening tabungan.

Adapun keuntungan yaitu:

1. Nasabah akan langsung mendapat nomor porsi setelah melakukan setoran haji awal.
2. Bebas administrasi bulanan
3. Gratis asuransi jiwa bagi nasabah
4. Manasik haji gratis

Kelemahan yaitu:

1. Masih kurangnya jumlah ATM

Bank Sumut syariah Cabang Padangsidimpuan memiliki kelemahan yakni masih kurangnya jumlah ATM.

2. Masih menganggap bahwa bank syariah tidak ada bedanya dengan bank konvensional
3. Bank Sumut Syariah hanya ada di tempat-tempat tertentu
4. Masih kurangnya jumlah kantor

Jumlah kantor layanan serta cabang pembantu maupun kantor kas di setiap wilayah tingkat kota/kabupaten sehingga mempersulit nasabah maupun calon nasabah untuk bertransaksi keuangan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian-penelitian yang dilakukan oleh para ahli terdahulu sebelum penelitian ini. Hasil penelitian ini tersebut dijadikan referensi dalam penelitian ini, baik variabel-variabel terkait dan asumsi-asumsi yang relevan dari hasil penelitian tersebut. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
1.	Melda Yanti Harahap, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Padangsidimpuan 2016	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih <i>Ar-Rahn</i> Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok	Menunjukkan Bahwa Variabel Promosi, Pribadi, dan Sosial mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih <i>Ar-Rahn</i> Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah

			Sapirok.
2.	Damayanti Maysaroh, Skripsi Fakultas Syaria'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah	Dari hasil penelitian ini bahwa menunjukkan adanya pengaruh faktor budaya, psikologis, lokasi dan promosi terhadap keputusan nasabah dan faktor sosial, pribadi, produk, pelayanan dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan.
3.	Sahlah Sumayyah Siregar, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2017	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelajar untuk menjadi nasabah di PT. Bank muamalat Indonesia Tbk. KCP Sibuhuan	berdasarkan uji parsial tidak ada pengaruh antara produk dengan keputusan nasabah, berdasarkan uji parsial ada pengaruh pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pelajar menjadi nasabah.
4.	Sukron, Skripsi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah, Semarang 2012	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank BNI Syariah Cabang Semarang	Faktor lokasi, reputasi, pelayanan, promosi <i>religious stimuli</i> berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah

Adapun perbedaan dan persamaan peneliti dengan peneliti terdahulu antara lain sebagaiberikut :

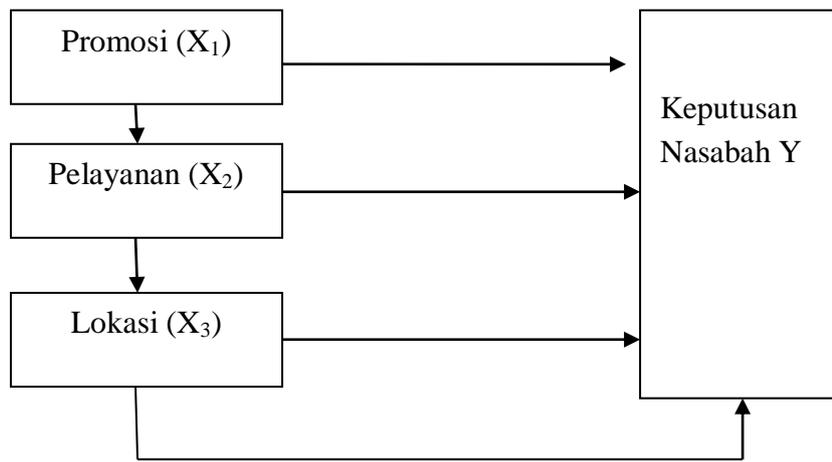
1. Perbedaan dengan peneliti Melda Yanti Harahap dengan peneliti yaitu terletak pada lokasi penelitian yaitu dilakukan di Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sapirok sedangkan penelitian ini di

lakukan di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan
Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang keputusan nasah dan menggunakan variabel promosi.

2. Perbedaan dengan peneliti Damayanti Maysaroh dengan peneliti yaitu terletak pada lokasi penelitian yaitu dilakukan di fakultas syariah dan hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sedangkan penelitian ini dilakukan di PT. Bank SUMUTCabang Syariah Padangsidempuan persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel promosi, pelayanan, dan lokasi.
3. Perbedaan dengan peneliti Sahlah Sumayyah Siregar dengan peneliti yaitu terletak pada variabel Y keputusan pelajar untuk menjadi nasabah di PT. Bank muamalat Indonesia Tbk. KCP Sibuhuan sedangkan variabel Y pada penelitian ini adalah keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUTCabang Syariah Padangsidempuan. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel X promosi dan pelayanan.
4. Perbedaandengan peneliti Sukron dengan peneliti yaitu terletak pada di variabel Y yaitu tentang minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank BNI Syariah Cabang Semarang sedangkan penelitian ini adalah keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Persamannya yaitu sama-sama menggunakan variabel X promosi, pelayanan dan lokasi.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.²⁸



D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan tentang kebenaran mengenai hubungan dua variabel atau lebih.²⁹ Berdasarkan dari pengamatan dan penelitian atas permasalahan yang terjadi di atas maka peneliti mengemukakan dugaan sementara (hipotesis) yaitu:

H_{a1}= Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 88.

²⁹ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 45.

H_{01} = Tidak terdapat promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

H_{a2} = Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUTCabang Syariah Padangsidempuan.

H_{02} = Tidak terdapat pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

H_{a3} = Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUTCabang Syariah Padangsidempuan

H_{03} = Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

H_{a4} = Terdapat pengaruh promosi, pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUTCabang Syariah Padangsidempuan.

H_{04} = Tidak terdapat pengaruh promosi, pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang beralamat di Jalan Merdeka NO.12 Padangsidempuan. Sedangkan waktu penelitian ini mulai bulan Maret 2018 sampai September 2018.

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai variabel X_1 promosi, X_2 pelayanan, X_3 lokasi dan Y keputusan nasabah.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Menurut pendapat Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditempatkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat ataupun data nasabah yang menggunakan salah satu produk Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu tabungan haji iB Makbul. Populasi penelitian sebesar 1.900 nasabah.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling incidental* yaitu sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti, dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel, atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat saja”.¹

Sedangkan pengambilannya menggunakan metode Slovin.²

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi sebesar 1.900

e = kesalahan dalam pengambilan sampel, misalnya 10%

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.900}{1+1.900 (0,1)^2} \\ &= 95 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh sampel sebanyak 95 maka dibulatkan menjadi 95 orang responden (n=95).

D. Sumber Data

Sumber data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau bersangkutan yang memerlukannya. Data primer ini disebut juga data asli atau

¹ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 67.

² Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 138.

data baru.³ Adapun data primer yang dibuat oleh peneliti adalah melalui survey yaitu dengan cara membagikan angket/kuisisioner kepada nasabah tabungan haji.

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Data sekunder yang dikumpulkan oleh peneliti adalah buku-buku bacaan, *literature* dari PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

E. Teknik pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang di wawancara tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain.

2. Kuesioner/angket

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka, yaitu jika jawaban ditentukan oleh peneliti dan dapat bersifat tertutup, jika alternatif itu jawaban telah ditentukan

³Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksar, 2004), Hlm. 30.

sebelumnya oleh peneliti. Seperti halnya dengan wawancara, pertanyaan-pertanyaan yang telah tersusun secara kronologis dari yang umum mengarah pada khusus untuk diberikan pada responden.⁴

Tabel. III.1
Skala likert

Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Nilai positif	5	4	3	2	1
Nilai negatif	1	2	3	4	5

Keterangan:

SS: Sangat setuju STS: Sangat tidak setuju

S: Setuju TS: Tidak setuju

KS: Kurang setuju

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

Tabel. III.2
Kisi-kisi indikator angket

No	Variabel	Indikator
1.	Keputusan nasabah (Y)	a. pengenalan masalah b. pencarian informasi c. evaluasi alternatif d. keputusan membeli e. perilaku sesudah membeli
2.	Promosi (X ₁)	a. periklanan b. promosi penjualan c. publisitas d. penjualan perorangan e. pemasaran langsung
3.	Pelayanan (X ₂)	a. berwujud b. perhatian c. cepat tanggap d. kehandalan e. kepastian
4.	Lokasi (X ₃)	a. dekat pasar b. dekat perumahan

⁴ Joko Subagyo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Asdi Mhasatya, 2004), hlm. 55.

		c. dekat kawasan industri d. dekat perkantoran e. mempertimbangkan jumlah pesaing
--	--	---

3. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Instrumen yang dapat digunakan yaitu lembar pengamatan, panduan pengamatan. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi antara lain: ruang, pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian, waktu, dan perasaan.

F. Analisa Data

1. Uji validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas mengacu pada seberapa jauh suatu yang tengah diteliti. Dengan kata lain, Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid/sahih, maka perlu diuji dengan korelasi antara skor/ nilai tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut.⁵ Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan korelasi person *product moment* dengan aplikasi SPSS versi 22.

⁵Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 132.

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,1. Berikut ini kriteria pengujiannya :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,1) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skala total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,1) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skala total (dinyatakan tidak valid).⁶

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.⁷ Kriteria dalam pengujian reliabilitas yaitu apabila variabel yang diteliti mempunyai cronbach's alpha $> 60\%$ (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya apabila cronbach's alpha $< 60\%$ (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.⁸

2. Uji Analisis Deskriptif

Analisa dekriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasinya. Termasuk dalam analisis deskriptif antara lain

⁶Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm.18.

⁷Juliansyah Noor, *Op. Cit.*, hlm. 131

⁸Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang : UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 171.

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

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal.⁹ Uji ini dilakukan berdasarkan pada uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,1 maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,1 maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi person atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,10. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikansi kurang dari 0,10.¹⁰

5. Uji Asumsi Klasik

a. Multikolinearitas

⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 181

¹⁰ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 387

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Jika terjadi kolerasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi.¹¹ Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan perhitungan menggunakan bantuan program SPSS versi 22. dengan perhitungan menggunakan bantuan program SPSS versi 22.

Jika nilai *tolerance* $> 0,10$, tidak terjadi multikolinearitas, namun jika nilai *tolerance* $< 0,10$, maka terjadi multikolinearitas. Sedangkan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Namun, jika nilai VIF > 10 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.¹²

b. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan lain tetap, disebut homoskedastistas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut

¹¹Husein Umar, *Op. Cit.*, hlm. 177

¹²Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2014), hlm. 103

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.¹³

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,10 (10%) maka persamaan regresi tersebut mengandung Heteroskedastisitas dan sebaliknya.¹⁴

6. Uji Persamaan Regresi Berganda

Metode analisis regresi berganda adalah metode persamaan garis yang digunakan untuk melihat hubungan variabel-variabel yang bersifat kausal yang dapat menampung sejumlah variabel pengaruh dan dapat diaplikasikan. Apabila dalam persamaan garis regresi tercakup lebih dari dua variabel (termasuk variabel tidak bebas Y), maka regresi disebut garis regresi linear berganda (*multiple linear regression*). Adapun regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini, untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen promosi (X_1), pelayanan (X_2) dan lokasi (X_3), variabel dependen yaitu keputusan Nasabah (Y) pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.

Adapun persamaan regresi linear berganda yang mencakup dua atau lebih variabel, yaitu sebagai berikut:¹⁵

$$Y = \alpha + b_1PR_1 + b_2PN_2 + b_3LK_3 + e$$

¹³*Ibid.*, hlm. 179

¹⁴Nur Asnawi dan Masyhuri, *Op. Cit.*, hlm. 178

¹⁵Setiawan dan Dwi Kusri, *Ekonometrika* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2010), hlm.62.

Keterangan:

KN	: Keputusan Nasabah
α	: Konstanta
b_1, b_2, b_3	: Koefisien Regresi
PR ₁	: Promosi
PN ₂	: Pelayanan
LK ₃	: Lokasi
e	: <i>standard error</i>

7. Uji Hipotesis

a. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui sampai mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi. Semakin besar nilai (R^2) (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik.

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

Tabel. III. 3
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi¹⁶

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t dikenal dengan uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t yaitu:

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

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

Jika nilai Sig. $< 0,10$ maka H_0 ditolak H_a diterima.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan, atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.¹⁷ Penentuan tabel distribusi F menggunakan tingkat signifikansi 10%, df 1 (jumlah

¹⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 231.

¹⁷ *Ibid*, hlm. 158.

variabel -1) = 2 dan df 2 (n-k-1) atau $95-3-1 = 91$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah variabel dependent).

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

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan

1. Sejarah Singkat Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) didirikan pada Tanggal 04 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik daerah (BUMD) sesuai Perda Tk. I Sumatera Utara No. 5/1965, dengan modal dan saham yang dimiliki Pemda Tk. I dan Pemda Tk. II Se Sumatera Utara.¹

Salah satu yang merupakan Bank Umum Milik Daerah (BUMD) seperti Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) dan berubah pada tahun 1999 yang sekarang dikenal dengan nama Bank SUMUT yang kepemilikannya sampai dengan saat ini sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah Provinsi dan pemerintah Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Utara. Bank SUMUT secara terus menerus melakukan perubahan sehingga mampu bertahan di tengah persaingan tersebut. Bank SUMUT sigap dalam melihat peluang pasar Perbankan Syariah yang berperan sebagai tempat pelayanan kepada masyarakat dengan tetap memberikan pelayanan terbaik dalam melayani kebutuhan masyarakat Sumatera Utara yang ingin bertransaksi secara syariah, maka pada Tanggal 04 November 2004 PT.

¹www.BankSUMUT.com, diakses 20 Juni 2018, pukul 14.15 WIB

Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah yaitu Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi, Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat dan 76 Unit Layanan Syariah diseluruh Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu Konvensional Bank SUMUT.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan Bank Sumut, terutama sejak dikeluarkannya UU No. 20 Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997. Selain Bank Umum yang membuka Divisi Usaha Syariah, Bank Konvensional seperti Bank Sumut juga berperan di dalamnya untuk membuka Unit/Divisi Usaha Syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sektor perbankan syariah, namun Bank SUMUT ikut ambil resiko dalam mengembangkan Jasa Perbankan Syariah.

Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasari pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat *Religius*, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Usaha Unit Syariah semakin menguat seiring keluarnya Fatwa MUI yang menyatakan bunga bank haram. Tentunya Fatwa MUI itu akan sangat mendorong masyarakat Muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Atas dasar itulah akhirnya pada Tanggal 04 Nopember 2004 Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah dengan dua Kantor Cabang Syariah, yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Padangsidimpuan. Kemudian pada Tanggal 26 Desember 2005 juga dibuka Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi dilanjutkan dengan Kantor Cabang Syariah Stabat pada Tanggal 26 Desember 2006.

Strategi yang dilakukan oleh Bank SUMUT dalam rangka pengembangan Unit Usaha Syariah adalah:

a. Menetapkan Target Pasar

Pasar yang dijadikan sasaran adalah masyarakat yang usahanya masih mikro yang telah memiliki kesadaran untuk menggunakan jasa perbankan dan mempunyai kesadaran untuk menerapkan ajaran Islam dengan baik. Selain dari masyarakat, pendanaan juga akan digalang dari organisasi-organisasi dan yayasan Islam yang memiliki kegiatan kemasyarakatan dengan perputaran dana yang relatif signifikan. Sebagai bank milik Pemerintah Daerah, target penghimpunan dana juga dari para karyawan PEMDA yang mempunyai pendapatan relatif mapan dan memiliki pengaruh yang signifikan di masyarakat.

b. Melakukan Sosialisasi dan Promosi

Bank SUMUT Unit Usaha Syariah telah menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi, organisasi-organisasi keagamaan, sosialisasi tentang produk-produk perbankan syariah ini juga menggunakan media komersial seperti media cetak, televisi, radio dan juga melalui brosur,

spanduk, banner, baliho, serta aktif mengikutipameran dengan membuka standar untuk melakukan sosialisasi dan promosi.

c. Pengembangan Infrastruktur Teknologi Sistem Informasi

Bank SUMUT bekerja sama dengan pihak PT. *College* Inti Pratama sebagai vendor untuk mengembangkan teknologi informasi yang dapat mendokumentasi seluruh proses internal layanan produk dan jasa syariah dengan tingkat keamanan dan akurasi yang tinggi.

d. Pengembangan Produk

Pengembangan produk lebih difokuskan kepada produk pembiayaan, produk penghimpunan dana dan produk jasa. Pengembangan dari masing-masing produk akan disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan pasar.

2. Visi dan Misi Bank SUMUT Syariah

Visi adalah cara pandang jauh kedepan kemana perusahaan harus dibawa, harus dapat eksis, ansipatif dan inovatif. Visi merupakan suatu gambaran yang menentang tentang keadaan masa depan yang diinginkan oleh manajemen dan *stakeholder*. Visi yang ditetapkan oleh Bank SUMUT Syariah adalah menjadi bank yaitu untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat yang dilakukan dengan prinsip syariah sesuai ketentuan DSN-MUI.

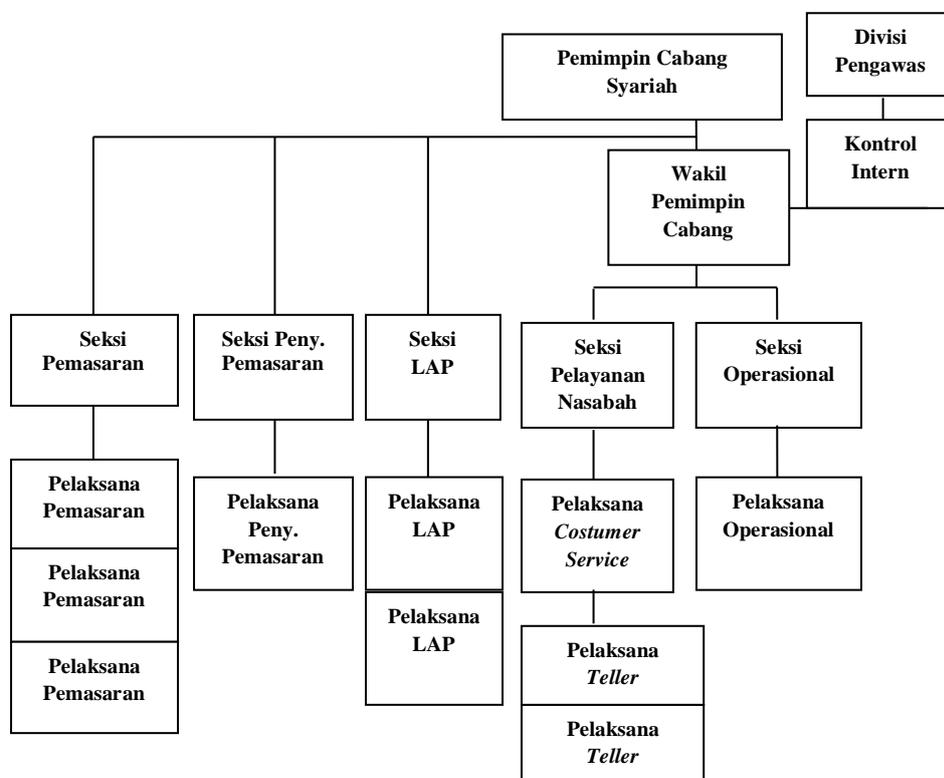
Misi dari Bank SUMUT Syariah adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang dalam pelaksanaannya dilakukan

dengan selalu berpedoman pada prinsip *Good Corporate Governance*. Visi dan Misi Bank SUMUT Cabang Syariah tersebut diterapkan juga di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

3. Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Struktur organisasi merupakan alat untuk mencapai tujuan suatu perusahaan untuk memudahkan koordinasi dan komunikasi serta kontrol atas semua aktifitas yang bertanggungjawab dalam tugas wewenang dalam perusahaan masing-masing. Adapun struktur organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan:

Gambar VI.1
Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan



Sumber: Bank SUMUT Syariah Cabang Padangsidempuan

4. Produk-produk Bank SUMUTCabang Syariah

Bank SUMUT Syariah komitmen menyediakan produk dan jasa perbankan yang dilandaskan pada prinsip syariah dan pemberdayaan modal secara produktif, untuk keamanan dan kemudahan investasi.

Adapun produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Syariah adalah:

a. Produk Penghimpunan Dana

Dalam produk ini Bank SUMUT Syariah hanya dilakukan untuk mencari dana kepada lapisan masyarakat dan perusahaan. Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1) Giro

a) Simpanan Giro *Wadiah*

Simpanan giro *wadiah* berdasarkan fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

b) Simpanan Giro *Mudharabah*

Simpanan giro *mudharabah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang menitipkan dana pada Bank SUMUT Syariah dengan menggunakan akad *mudharabah* dan mengelolanya secara profesional.

2) Tabungan

a) Tabungan *Marhamah*

Tabungan *marhamah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Tabungan *marhamah* berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqoh* yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah dan sebagai pengelola adalah pihak bank.

b) Tabungan *Marwah*

Tabungan *marwah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Tabungan *marwah* adalah tabungan yang bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

c) Tabungan iB Makbul

Tabungan iB Makbul adalah produk tabungan khusus bagi nasabah yang disediakan bagi nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji terkoneksi secara online dengan system computer haji terpadu (SISKOHAT), selain itu haji merupakan salah satu yang ada dalam rukun Islam yakni baik haji bagi orang yang mampu baik dari segi materi maupun rohani.

Dalam memasarkan produknya bank syariah memantapkan posisi bank sebagai salah satu upaya dalam strategi pemasaran di perlukan adanya tenaga pemasar yang harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan masa mendatang.

syarat pembukaan tabungan iB Makbul yaitu:

- (1) Buka rekening Rp. 100.000,-
- (2) Fotocopy KTP
- (3) Mengisi formulir dan menandatangani formulir pembukaan rekening tabungan.

Adapun keuntungan yaitu:

- (a) Nasabah akan langsung mendapat nomor porsi setelah melakukan setoran haji awal
 - (b) Bebas administrasi bulanan
 - (c) Gratis asuransi jiwa bagi nasabah
 - (d) Manasik haji gratis
- d) Tabungan *Mudharabah* Plus

Tabungan *mudharabah* plus adalah salah satu jenis tabungan yang diberikan oleh Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan sebagai promo produk akhir tahun. Tabungan ini memberikan hadiah langsung tanpa diundi, yang bisa dibuka dengan menabungkan dana minimal Rp 25.000.000,-. Produk ini diberikan sampai akhir bulan Desember 2015.

3) Deposito

Deposito menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah

penyimpan dana Bank syariah dan/atau UUS. Adapun salah satu jenis deposito di Bank SUMUT Syariah.

b. Produk Pembiayaan

Dalam produk ini Bank SUMUT Syariah hanya dikhususkan untuk mencari nasabah di seluruh lapisan masyarakat dan perusahaan untuk bekerja sama dalam hal pembiayaan. Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut.

1) Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* adalah jual beli atas suatu barang dengan harga yang telah disepakati dari awal pada kesempatan kedua belah pihak, dimana harus jelas disebutkan berapa harga pokok yang harus dibayar dan margin keuntungannya. Pada pembiayaan *murabahah* di Bank SUMUT Syariah ini ada berbagai macam produk diantaranya adalah sebagai berikut:

a) *Murabahah* KPR iB-Griya

Murabahah KPR iB-Griya ini merupakan pembiayaan yang digunakan oleh debitur yang ingin membeli rumah baru dengan memohon pembiayaan kepada pihak bank untuk pembayaran dimuka oleh bank yang bersangkutan kemudian debitur yang akan mencicil kepada pihak perusahaan.

b) *Murabahah* iB Serbaguna

Merupakan bentuk pembiayaan yang digunakan untuk keperluan serbaguna yang dibutuhkan oleh debitur dalam usaha ataupun keperluan lainnya guna mencukupi kebutuhan hidup.

c) *Murabahah* Investasi

Murabahah investasi digunakan untuk para pengusaha dalam ekspansi perusahaan dan pengadaan kebutuhan alat-alat, baik dari aspek pertanian, perdagangan, perikanan, maupun transportasi.

d) *Murabahah* Konsumsi

Murabahah konsumsi adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen dalam kehidupannya seperti, kendaraan, merenovasi rumah, laptop dan sebagainya.

2) Pembiayaan iB Modal Kerja

Pembiayaan iB Modal Kerja di Bank SUMUT Syariah menggunakan prinsip bagi hasil yaitu dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Pembiayaan *mudharabah* modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik (*shahibu mal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melaksanakan kegiatan usaha tertentu dengan pembagian keuntungan/bagi hasil dengan menggunakan metode bagi hasil antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

Pembiayaan *musyarakah* modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik dana modal untuk mencampurkan dana/modal mereka

pada suatu tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

3) Gadai Emas

Gadai emas merupakan pembiayaan yang bisa digunakan bilamana debitur yang memohon mempunyai emas untuk digadaikan. Dimana jumlah uang yang dapat dipinjam sesuai dengan berat dan harga emas tersebut

c. Produk Jasa

Produk jasa yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Syariah lumayan memadai tidak kalah dengan produk jasa dari bank lain diantaranya adalah sebagai berikut: Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia, Bank Garansi, Surat Keterangan Bank, Inkaso, BI-RTGS.

B. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk dapat melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} (r_{tabel} terlampir) dengan taraf signifikansi 10% atau 0,1 dan derajat kebebasan (df) = $n - 2$, dimana n = jumlah sampel, jadi $df = 95 - 2$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1698. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Promosi

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PR1	0,321	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 93$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1698$.	Valid
PR2	0,426		Valid
PR3	0,554		Valid
PR4	0,236		Valid
PR5	0,574		Valid
PR6	0,308		Valid
PR7	0,710		Valid
PR8	0,263		Valid
PR9	0,599		Valid
PR10	0,663		Valid

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

Dari tabel IV.1 di atas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} masing-masing item pernyataan menunjukkan angka yang lebih dari r_{tabel} 0,1698. Hal tersebut berarti masing-masing item pernyataan dapat dikatakan valid.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Pelayanan

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PN1	0,298	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 93$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1698$.	Valid
PN2	0,480		Valid
PN3	0,592		Valid
PN4	0,592		Valid
PN5	0,364		Valid
PN6	0,214		Valid
PN7	0,583		Valid
PN8	0,273		Valid
PN9	0,671		Valid
PN10	0,583		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah, 2018)

Dari tabel IV.2 di atas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} masing-masing item pernyataan menunjukkan angka yang lebih dari r_{tabel} 0,1698. Hal tersebut berarti masing-masing item pernyataan dapat dikatakan valid.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Lokasi

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
LK1	0,385	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 93$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1698$.	Valid
LK2	0,607		Valid
LK3	0,426		Valid
LK4	0,567		Valid
LK5	0,327		Valid
LK6	0,536		Valid
LK7	0,725		Valid
LK8	0,171		Valid
LK9	0,621		Valid
LK10	0,630		Valid

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

Dari tabel IV.3 di atas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} masing-masing item pernyataan menunjukkan angka yang lebih dari r_{tabel} 0,1698. Hal tersebut berarti masing-masing item pernyataan dapat dikatakan valid.

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KN1	0,517	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df= 93$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1698$.	Valid
KN2	0,606		Valid
KN3	0,560		Valid
KN4	0,452		Valid
KN5	0,451		Valid
KN6	0,320		Valid
KN7	0,730		Valid
KN8	0,156		Tidak Valid
KN9	0,630		Valid
KN10	0,653		Valid

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

Dari tabel IV.4 diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas keputusan nasabah masing-masing item menunjukkan angka lebih dari r_{tabel} 0,1698. Hal tersebut berarti dapat dikatakan valid kecuali pada item 8 sebesar 0,156 kurang dari r_{tabel} 0,1698 dapat dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Promosi	,612	10
Pelayanan	,611	10
Lokasi	,674	10
Keputusan Nasabah	,724	9

Sumber: Hasil *out put* SPSS versi 22 (data diolah)

Dilihat dari tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel Promosi $0,612 > 0,60$. Dengan demikian variabel Promosi dapat dikatakan *reliable*. Selanjutnya *Cronbach's Alpha* untuk variabel Pelayanan $0,611 > 0,60$. Dengan demikian variabel Pelayanan dapat dikatakan *reliable*. *Cronbach's Alpha* untuk variabel Lokasi $0,674 > 0,60$. Dengan demikian variabel Lokasi dapat dikatakan *reliable*. *Cronbach's Alpha* untuk variabel Keputusan Nasabah $0,724 > 0,60$. Dengan demikian variabel Keputusan nasabah dapat dikatakan *reliable*.

3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan proses pengolahan data untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti. Analisis deskriptif meliputi penyajian data melalui tabel, *mean*, *minimum*, *maximum* dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.6
Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
PR	95	31	46	39.08
PN	95	29	46	39.41
LK	95	30	46	38.72
KN	95	26	42	35.36
Valid N (listwise)	95			

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada variabel promosi dengan jumlah data sebesar 95 nilai rata-rata sebesar 39,08 nilai terendah 31 dan nilai tertinggi 46. Variabel Pelayanan dengan jumlah data dengan jumlah data sebesar 95 nilai rata-rata sebesar 39,41 nilai terendah 29 dan nilai tertinggi 46. Variabel Lokasi dengan jumlah data sebesar 95 nilai rata-rata sebesar 38,72 nilai terendah 32 dan nilai tertinggi. Variabel Keputusan Nasabah dengan jumlah sebesar 95 nilai rata-rata sebesar 35,36 nilai terendah 26 dan nilai tertinggi 42.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berdasarkan populasi berdistribusi normal. Uji ini dilakukan berdasarkan uji *Kolmogorov Smirnov* (KS) dengan nilai p dua sisi (*two tailed*). Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan KS dengan dua sisi lebih besar dari 0,1 maka berdistribusi normal dengan perhitungan bantuan program SPSS 22. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.7
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.58783845
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.038
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

Berdasarkan tabel IV.7 diatas dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0,200, sehingga lebih besar dari nilai signifikan 0,10 ($0,200 > 0,10$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut bersifat normal, sehingga data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi kdalam analisis statistik parametrik. Oleh karena data berdistribusi normal maka analisis dapat dilanjutkan dengan statistik parametrik.

5. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas dapat dilakukakn dengan cara melihat signifikan yaitu: jika nilai signifikan $< 0,1$ maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sebaliknya, jika niali signifikan jika nilai signifikan $> 0,1$ maka kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas

dengan variabel terikat. Berikut uji linearitas untuk masing-masing variabel terhadap variabel keputusan nasabah:

Tabel IV.8
Promosi Terhadap keputusan nasabah
ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups (Combined)	917.109	15	61.141	14.605	.000
Linearity	818.456	1	818.456	195.505	.000
Deviation from Linearity	98.653	14	7.047	1.683	.076
Within Groups	330.723	79	4.186		
Total	1247.832	94			

Berdasarkan hasil uji linearitas variabel promosi pada table IV.8 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan pada *linearity* sebesar 0,000 ($0,000 < 0,10$). Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel promosi dengan variabel keputusan nasabah terdapat hubungan linear.

Tabel IV.9
Pelayanan Terhadap keputusan nasabah
ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups (Combined)	884.534	16	55.283	11.869	.000
Linearity	787.248	1	787.248	169.022	.000
Deviation from Linearity	97.286	15	6.486	1.392	.172
Within Groups	363.297	78	4.658		
Total	1247.832	94			

Berdasarkan hasil uji linearitas variabel pelayanan pada table IV.9 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan pada *linearity* sebesar 0,000 ($0,000 < 0,10$). Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel pelayanan dengan variabel keputusan nasabah terdapat hubungan linear.

Tabel IV.10
Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah
ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1023.750	16	63.984	22.272	.000
Linearity	973.979	1	973.979	339.030	.000
Deviation from Linearity	49.771	15	3.318	1.155	.325
Within Groups	224.081	78	2.873		
Total	1247.832	94			

Berdasarkan hasil uji linearitas variabel lokasi pada table IV.10 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan pada *linearity* sebesar 0,000 ($0,000 < 0,10$). Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel lokasi dengan variabel keputusan nasabah terdapat hubungan linear.

6. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

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

Tabel IV.11
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-2.399	1.985		-1.208	.230		
PR	.193	.096	.182	2.006	.048	.254	3.934
PN	.164	.089	.160	1.847	.068	.278	3.594
LK	.613	.088	.606	6.995	.000	.278	3.601

a. Dependent Variable: KN

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.11 di atas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel Promosi (X1) adalah $0,254 > 0,1$, variabel pelayanan(X2) adalah $0,278 > 0,1$, dan variabel lokasi (X3) adalah $0,278 > 0,1$. Dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari ketiga variabel di atas lebih besar dari 0,1 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel Promosi (X1) adalah $3,934 < 10$, variabel pelayanan(X2) adalah $3,594 < 10$, dan variabel lokasi(X3) $3,601 < 10$ Jadi, dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

2) Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas. Pengujian menggunakan teknik uji koefisien *Spearman's rho*, yaitu mengorelasikan variabel independen dengan residualnya. Criteria pengujiannya yaitu: apabila signifikan dari *UnstandartrizedResidual* $< 0,10$ maka persamaan regresi tersebut mengandung heterokedastisitas. Namun, apabila signifikan dari *UnstandartrizedResidual* $> 0,10$ maka persamaan regresi tersebut mengandung tidak heterokedastisitas. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.12
Uji Heterokedastisitas
Correlations

		PR	PN	LK	KN	Unstandard ized Residual
PR	Pearson Correlation	1	.819**	.820* *	.810* *	.000
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	1.000
	N	95	95	95	95	95
PN	Pearson Correlation	.819**	1	.800* *	.794* *	.000
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	1.000
	N	95	95	95	95	95
LK	Pearson Correlation	.820**	.800**	1	.883* *	.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	1.000
	N	95	95	95	95	95
KN	Pearson Correlation	.810**	.794**	.883* *	1	.436**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95
Unstand	Pearson	.000	.000	.000	.436*	1
ardized	Correlation					
Residual	Sig. (2-tailed)	1.000	1.000	1.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

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

Berdasarkan tabel IV.12 diatas hasil uji heterokedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel promosi sebesar $1.000 > 0,10$, variabel pelayanan $1.000 > 0,10$ dan variabel lokasi sebesar $1.000 > 0,10$, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga *variable independent* tersebut tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

7. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah tabung haji. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk mengetahui kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Hasil angket yang diberikan kepada responden masih berupa data ordinal. Peneliti mengubah data ordinal ke data interval dengan metode MSI (*Metode Successive Interval*). Selanjutnya dapat diolah karena telah memenuhi syarat untuk uji regresi. Berikut adalah hasil analisis berganda:

Tabel VI.13
Analisis Regresi
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-6.520	1.936		-3.369	.001
PR	.434	.096	.360	4.513	.000
PN	.041	.054	.034	.753	.453
LK	.699	.096	.583	7.294	.000

a. Dependent Variable: KN

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah.

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$KN = \alpha + b_1PR + b_2PN + b_3LK + e$$

$$KN = -6,520 + 0,434PR + 0,041PN + 0,699LK + e$$

Penjelasan persamaan di atas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (α) dalam penelitian ini adalah -6,520 dengan parameter negatif Angka tersebut menunjukkan bahwa promosi, pelayanan dan lokasi dianggap konstan atau ditiadakan, maka keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Mabbul sebesar -6,520satuan.
- b. Nilai koefisien variabel promosi sebesar -6,086. Menunjukkan apabila promosi mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka keputusan

nasabah mengalami peningkatan sebesar -6,086 satuan, dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dengan keputusan nasabah.

- c. Nilai koefisien variabel pelayanan sebesar -6,479. Menunjukkan apabila pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka keputusan nasabah mengalami peningkatan sebesar -6,479 satuan, dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dengan keputusan nasabah.
- d. Nilai koefisien variabel lokasi sebesar -5,821. Menunjukkan apabila lokasi mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka keputusan nasabah mengalami peningkatan sebesar -5,821 satuan, dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi dengan keputusan nasabah.

8. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian.

Tabel IV.14
Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 ^a	.819	.813	.875

a. Predictors: (Constant), LK, PN, PR

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel IV.16 di atas, dapat diketahui bahwa $R = 0,905$, maka terjadi hubungan sangat kuat kuat berdasarkan tabel III.3 antara variabel independen terhadap variabel dependen. nilai *Adjusted R²* sebesar 0,813 atau 81,3 % variabel promosi, pelayanan dan lokasi memengaruhi keputusan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi, pelayanan dan lokasi memberikan kontribusi terhadap keputusan nasabah sebesar 81,3 % dan sisanya 18,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel promosi, pelayanan, dan lokasi berpengaruh secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan nasabah. Berikut hasil analisis regresi pada uji t:

Tabel IV.15
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-6.520	1.936		-3.369	.001
PR	.434	.096	.360	4.513	.000
PN	.041	.054	.034	.753	.453
LK	.699	.096	.583	7.294	.000

a. Dependent Variable: KN

Berdasarkan hasil uji parsial pada tabel IV.17 di atas dapat diketahui bahwa t_{hitung} untuk variabel promosi (X1) adalah 4,513 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n-k-1$ atau $95-3-1 = 91$, hasil yang diperoleh adalah 1,290, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,513 > 1,290$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Hasil uji t pada variabel pelayanan (X2) menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,753 < 1,290$) maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Sedangkan hasil uji t pada variabel lokasi (X3) menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,294 > 1,290$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji t terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji F

adalah: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan jika nilai Sig $< 0,1$ maka H_a diterima.

Tabel IV.16
Uji Signifikansi (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	304.464	3	101.488	132.572	.000 ^b
Residual	67.367	88	.766		
Total	371.831	91			

a. Dependent Variable: KN

b. Predictors: (Constant), LK, PN, PR

Dari hasil uji pada tabel IV.18 di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 132,572 dan F_{tabel} sebesar 2,14 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($132,572 > 2,14$), maka H_a diterima H_0 ditolak. Selanjutnya untuk nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga nilai signifikan $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$), maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang dari promosi, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

C. Pembahasan Hasil Analisis Data

Penelitian data diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 22. Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diperoleh persamaan regresi yaitu :

$$KN = -6,520 + 0,434PR + 0,041PN + 0,699LK + e$$

Konstanta sebesar -6,250satuan mempunyai arti jika variabel promosi, pelayanan dan lokasi dianggap konstanta atau nilainya 0 maka keputusan nasabah memilih tabungan haji iB makbul pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Padangsidempuan adalah sebesar -6,250 satuan.

Koefisien regresi variabel Promosi adalah -6,086satuan terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUTCabang Syariah Padangsidempuan. Koefisien regresi variabel pelayanan adalah -6,479 satuan mempunyai terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUTCabang Syariah Padangsidempuan. Dan koefisien regresi variabel lokasi adalah -5,821satuan mempunyai terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUTCabang Syariah Padangsidempuan.

Hasil uji koefisien nilai R sebesar 0,905, artinya korelasi antara variabel promosi, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah sebesar 0,905. Hubungan antara promosi, pelayanan dan lokasi berada pada interpretasi hubungan yang sangat kuat. Nilai $R^2 = 0,813$ artinya promosi, pelayanan dan lokasi mampu menjelaskan variabel dependen atau keputusan nasabah sebesar 81,3 persen sedangkan 18,7persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUTCabang Syariah Padangsidempuan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan uji t nilai yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,513 > 1,290$), sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak yaitu terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUTCabang Syariah Padangsidempuan.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori dari buku Kasmir dalam bukunya Manajemen Perbankan yaitu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.²Promosi merupakan kegiatan *marketing mix*. Dengan melakukan promosi yang baik maka akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli suatu produk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Melda yanti harahap yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih *Ar-rah* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok yang menunjukkan bahwa dari variabel promosi mempengaruhi keputusan nasabah memilih *Ar-rah* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok.

²Kasmir, *Op. Cit.*, hlm.155-156

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sahlan Sumayyah Siregar yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelajar untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Sibuhuan yang ahwa dari variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pelajar menjadi nasabah.

2. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Padangsidempuan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan uji t nilai yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,753 > 1,290$), sehingga H_a ditolak dan H_0 diterima yaitu tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUTCabang Syariah Padangsidempuan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Damayanti Maysaroh yang berjudul Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank menyatakan bahwa pada faktor pelayanan tidak berpengaruh tethadap keputusan nasabah.

3. Pengaruh lokasiterhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Padangsidempuan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan uji t nilai yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,294 > 1,290$), sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak yaitu terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUTCabang Syariah Padangsidempuan.

Penelitian ini juga didukung oleh teori yang menyatakan lokasi yang strategis akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli suatu produk. Penentuan lokasi kantor beserta saran dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Damayanti Maysaroh yang berjudul Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank yang menunjukkan bahwa secara parsial adanya lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

4. Pengaruh promosi, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Dalam penelitian ini $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($132,572 > 2.14$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh promosi, pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sukron yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank BNI Syariah Cabang Semarang yang menunjukkan bahwa faktor lokasi, pelayanan, promosi, berpengaruh terhadap minat nasabah.

D. Keterbatasan Penelitian

Selama melakukan penelitian, peneliti menemukan beberapa keterbatasan peneliti, yaitu:

1. Variabel bebas yang digunakan hanya tiga sehingga kurang maksimal dalam menjelaskan variabel terikat.
2. Pada saat menyebar angket, peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga memengaruhi validitas data yang diperoleh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji iB Makbul Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, maka kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu:

1. Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,513 > 1,290$).
2. Tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,753 < 1,290$).
3. Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,294 > 1,290$).
4. Promosi, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($132,572 > 2,14$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima,

artinya terdapat pengaruh promosi, pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

5. Konstanta sebesar -6,250 satuan mempunyai arti jika variabel promosi, pelayanan dan lokasi dianggap konstanta atau nilainya 0 maka keputusan nasabah memilih tabungan haji iB makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan adalah sebesar -6,250 satuan. Koefisien regresi variabel Promosi adalah -6,086 satuan terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Koefisien regresi variabel pelayanan adalah -6,479 satuan mempunyai terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Dan koefisien regresi variabel Koefisien regresi variabel lokasi adalah -5,821 satuan mempunyai terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
6. Hasil uji koefisien nilai R sebesar 0,905, artinya korelasi antara variabel promosi, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah sebesar 0,905. Hubungan antara promosi, pelayanan dan lokasi berada pada interpretasi hubungan yang sangat kuat. Nilai $R^2 = 0,813$ artinya promosi, pelayanan dan lokasi mampu menjelaskan variabel dependen atau keputusan nasabah sebesar 81,3 persen sedangkan 18,7 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

7. Dalam penelitian ini $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($132,572 > 2.14$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh promosi, pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

B. Saran

Adapun saran peneliti berdasarkan kesimpulan di atas, sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor promosi, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Maka disarankan pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan untuk tetap mempertahankan promosi, pelayanan dan lokasi dapat mengambil keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul. Serta selalu memberikan keinginan yang diharapkan pelanggan.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan nasabah terhadap keputusan nasabah memilih tabungan haji iB Makbul dan mengetahui faktor apa saja yang membuat keputusan nasabah terhadap suatu produk. .

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain di luar variabel yang sudah ada dalam

penelitian ini. Menjadi bahan referensi tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang memengaruhi keputusan nasabah, selain dari faktor promosi, pelayanan dan lokasi untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Haryadi, *Kiat Memuat Promosi Penjualan* Jakarta: Alexa Media Komputindo, 2005
- Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2003
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul, *Metode Penelitian Kuantitatif* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005
- Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2012
- Departemen Agama, *Al-Jumanatul 'Ali Al-qur'an Dan Terjemahannya* Bandung: CV. PENERBIT J-ART
- Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2014
- Dwi Swikinyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* Jakarta: Balai Pustaka, 2001
- Hasil wawancara dengan nasabah tabungan haji Bapak Pardamean Nasution
- Hery Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* Bandung: Pustaka Setia, 2010
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada, 2013
- IKAPI, *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori Dan Aplikasi* Bandung: ALVABETA, 2016
- Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah* Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama,2015
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistk* Jakarta: PT. Bumi Aksar, 2004
- Ismail, *Perbankan Syariah* Surabaya: Kencana Prenadamedia Group, 2010
- James. F. angel, dkk, *Perilaku Konsumen* Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1995
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Asdi Mhasatya,2004

- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2012
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2002
- _____, *Manajemen Perbankan* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004
- _____, *Pemasaran Bank* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004
- Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* PT. Indeks, 2004
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran* Bandung: Alfabeta, 2010
- M. Sulhan Dan Ely Siswanto, *Manajemen Bank Konvensional Dan Syariah* Malang: UIN-Malang Press, 2008
- Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* Jakarta: Bumi Aksara, 2001
- Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* Jakarta: 2001
- Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen* Bandung: ALFABETA, CV 2013
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* Bandung: Kencana Predana Media Group, 2010
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* Bandung: Kencana Predana Media Group, 2010
- Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* Malang : UIN-Maliki Press, 2011
- Said Agil Husin Al Munawar dan Abdul Halim, *Fikih Haji*, Jakarta: Ciputat Press
- Setiawan dan Dwi Kusri, *Ekonometrika* Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2010
- Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain* Jakarta: Salemba Empat, 2008
- Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* Jakarta: Salemba Empat, 2000
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* Bandung: Alfabeta, 2014
- Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* Bandung: Alfabeta, 2011
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* Jakarta: Rineka Cipta, 2009
- Swasta Basu, *Azas-azas Pemasaran* Yogyakarta: liberty, 2002

Wawancara dengan karyawan PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan, Bagian pemasaran.

Wawancara dengan karyawan PT. Bank Sumut Syariah Padangsidempuan, Bagian Operasional, 20 maret 2018

www.BankSUMUT.com, diakses 20 Juni 2018, pukul 14.15 WIB

Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* Yogyakarta: Ekonisia, 2002

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Ade Sahreni Piliang
Nim : 14 401 00031
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Tempat/tanggal lahir : Padangsidempuan, 07 September 1995
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat lengkap : Sipirok, Jln. Pasar Belakang

Nama Orang Tua

Nama Ayah : Jamhur Piliang
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Darniati Tanjung
Pekerjaan : Wiraswata

II. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

SD Muhammadiyah Sipirok Tamat Tahun 2008
SMP Negeri 1 Sipirok Tamat Tahun 2011
SMA Negeri 1 Sipirok Tamat Tahun 2014
Masuk IAIN Padangsidempuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2014



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 Faksimile (0634) 24022

B- 786 /In.14/G.2/TL.007/2018

12 Juli 2018

Mohon Izin Riset

PT. Bank SUMUT
Syariah Padangsidimpuan
Padangsidimpuan

Waalaikumsalam Wr.Wb

Yang terhormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan
Yang saya hormati, dengan ini saya sampaikan bahwa:

Nama : Ade Sahreni Piliang
NIM : 1440100031
Kelas : VIII (Delapan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

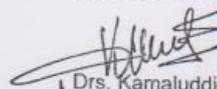
Saya sebagai mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul " Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji iB Makbul Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan ".

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

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

Waalaikumsalam Wr.Wb.

Yang terhormat,
an.Dekan
Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum,
Perencanaan dan Keuangan


Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

Padangsidimpuan

BANK SYARIAH:
Padangsidempuan

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

Surat /KCSy02-0ps/L/2018

P. Sidempuan, 01 Agustus 2018

Kepada Kepala Cabang
Kantor Cabang Administrasi Umum,
Kantor Pusat dan Keuangan IAIN Padangsidempuan
Jalan Rizal Nurdin Km 4,5 dihilang
Padangsidempuan

T a l a k : Keterangan Izin Riset

Assalamu'alaikum Wr. Wb,
Sehubungan dengan surat Bapak No. B-786/In.14/G.2/TL.00/7/2018 tanggal 12 Juli 2018
tentang Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :
Permohonan Izin Riset atas nama Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Padangsidempuan dengan data data dibawah ini :
a. Nama : Ade Sahreni Piliang
b. NIM : 1440100031
c. Semester : VIII (delapan)
d. Jurusan : Perbankan Syariah
e. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan
Dijetujui untuk melaksanakan riset di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
Riset dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.
Selama Riset, mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin PT. Bank Sumut Cabang
Syariah Padangsidempuan serta menjaga rahasia bank dan diharapkan mensosialisasikan
keberadaan PT. Bank Sumut di lingkungannya.
Setelah mahasiswa selesai dalam penulisan Skripsi, Mahasiswa tersebut diwajibkan
menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank Sumut Cabang Syariah
Padangsidempuan.
Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,
Pemimpin Cabang



HILMAN SALEH DAULAY
NPP. 1226.260676.110804

Peringgal

PERBANKAN SYARIAH:
 Padangsidimpuan

IDENTITAS RESPONDEN

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

04/KCSy02-Opes/L/2018

P. Sidimpuan, 10 September 2018

Ekonomi dan Bisnis Islam

Padangsidimpuan

Km. Murdin Km. 4.5 sihintang

Padangsidimpuan

Hilman Saleh Dauly

W. W.

dan seluruh staff dalam keadaan sehat wal 'afiat dan selalu dalam lindungan Allah

dengan surat Bapak No. B-786/n.14/GM/TL-03/7/2018 tanggal 12 Juli 2018 perihal
 Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

: Ade Sahreni Piliang

: 1440100031

: VIII (delapan)

: Perbankan Syariah

: Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

melakukan Riset di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan pada tanggal 01

sampai dengan 31 Agustus 2018.

disampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

NIS	Keperluan	1	2
18	Tidak		
19	Ya		
20	Tidak		
21	Ya		
22	Tidak		
23	Ya		

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,
 Perimpin Cabang

HILMAN SALEH DAULAY
 NPP. 1216.260675.110804

IDENTITAS RESPONDEN

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab daftar pertanyaan ini, dengan mengisi titik titik dan memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

No. Responden :

Nama :

JenisKelamin : Laki-laki Perempuan

Umur :

Pekerjaan :

PETUNJUK PENGISIAN

Adapun cara pengisian jawaban pertanyaan-pertanyaan di bawah ini yaitu:

1. Bacalah dengan saksama setiap pertanyaan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.
4. Jawaban yang diberikan oleh responden akan dinilai berdasarkan ketentuan yang tercantum di bawah ini:

No	Jawaban	Keterangan	Skor positif	Skor negatif
1	STS	Sangat tidak Setuju	1	5
2	TS	Tidak Setuju	2	4
3	KS	Kurang Setuju	3	3
4	S	Setuju	4	2
5	SS	Sangat Setuju	5	1

A. Pertanyaan Variabel Promosi

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Ada iklan produk Bank Sumut Syariah					
2.	Brosur produk Bank Sumut Syariah sangat menarik					
3.	Bank Sumut Syariah melakukan promosi produk					
4.	Bank Sumut Syariah promosi produk ke sekolah-sekolah					
5.	Saya memilih Bank Sumut Syariah karena citra Bank Sumut yang baik dikalangan masyarakat					
6.	Bank Sumut Syariah tidak ada mempublisitas produk					
7.	Bank Sumut Syariah memiliki karyawan khusus untuk mempromosikan produk					
8.	Karyawan Bank Sumut Syariah memiliki target penjualan tersendiri					
9.	Karyawan Bank Sumut Syariah terjun langsung kelapangan untuk menawarkan produk					
10.	Karyawan Bank Sumut Syariah dapat berkomunikasi dengan nasabah melalui telepon, e-mail					

B. Pertanyaan Variabel Pelayanan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Bank Sumut Syariah memiliki Ruang pelayan yang nyaman					
2.	Contoh pengisian formulir kurang jelas					
3.	Karyawan memberikan pelayanan kepada nasabah tanpa memandang status sosial					
4.	Karyawan tidak sabar dalam melayani nasabah					
5.	Karyawan Bank Sumut Syariah cepat melayani nasabah					
6.	Ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan					
7.	Karyawan memiliki disiplin yang tinggi serta tanggung jawab dalam melaksanakan tugas.					
8.	Perhitungan biaya tabungan haji jelas dan akurat					
9.	Karyawan Bank Sumut Syariah memiliki pengetahuan yang baik					
10.	Karyawan Bank Sumut Syariah dapat mempromosikan dengan cepat produk tabungan haji					

C. Pertanyaan Variabel Lokasi

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi Bank Sumut Syariah dekat dengan pasar					
2.	Lokasi Bank Sumut Syariah dijangkau angkutan umum					

3.	Lokasi Bank Sumut Syariah dekat dengan kompleks perumahan					
4.	Mudah menarik minat ibu rumah tangga untuk melakukan simpan pinjam					
5.	Lokasi dekat dengan industri maka mempermudah mengembangkan usaha					
6.	Sulit memberikan pinjaman modal					
7.	Lokasi Bank Sumut Syariah dekat dengan perkantoran					
8.	Lokasi Bank Sumut Syariah strategis yaitu di pusat kota					
9.	Saya merasa nyaman bertransaksi di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan					
10.	Bank Sumut Syariah terus melengkapi fasilitas sebaik mungkin					

D. Pertanyaan Variabel Keputusan Nasabah

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya ingin melaksanakan salah satu rukun Islam					
2.	Saya ingin menjadi orang yang lebih baik					
3.	Saya mencari informasi produk tabungan haji					
4.	Saya mencari informasi tentang tabungan haji yang ada di Bank Sumut syariah					
5.	Tabungan haji iB Makbul menjadi alternatif pilihan saya					
6.	Saya mengevaluasi beberapa tabungan haji yang ada di selain di Bank Sumut Syariah					
7.	Karena prosesnya secara Islami saya memilih Bank Sumut					

	Syariah					
8.	Produk tabungan haji tidak bervariasi					
9.	Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan Bank Sumut Syariah					
10.	Saya akan mempromosikan produk tabungan haji yang ditawarkan Bank Sumut Syariah kepada keluarga, teman supaya menggunakan produk Bank Sumut Syariah					

Lampiran 3

Tabel
Data Baku Jawaban Responden Pada Hasil Uji Coba Instrumen
Tentang Pomosi

No	X ₁ promosi										total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	42
2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	38
5	4	3	4	4	4	3	5	4	2	3	36
6	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	4	5	4	5	3	4	3	5	5	43
8	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
9	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	37
10	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	33
11	3	3	5	4	5	3	5	4	5	5	42
12	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
13	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	45
14	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	34
15	4	3	4	5	2	4	3	3	3	3	34
16	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	39
17	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	31
18	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	37
19	4	4	5	4	5	4	3	4	3	3	39
20	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	40
21	4	3	4	5	4	3	4	3	3	4	37
22	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	37
23	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
24	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	38
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
27	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	45
28	4	4	4	5	4	4	4	1	4	4	38
29	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	46
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46

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

71	4	3	4	4	4	3	5	4	5	5	41
72	4	3	5	5	5	4	3	5	3	3	40
73	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	39
74	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	40
75	4	4	3	5	3	5	3	4	3	3	37
76	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	40
77	5	4	3	4	3	3	5	4	5	5	41
78	5	4	4	4	4	5	5	3	5	5	44
79	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	33
80	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	42
81	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	40
82	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	39
83	3	3	4	5	4	5	3	3	4	3	37
84	5	3	5	4	5	4	4	4	3	4	41
85	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	34
86	4	4	3	4	3	3	3	3	4	5	36
87	5	5	4	2	4	5	5	5	4	4	43
88	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	45
89	4	5	5	4	5	5	5	4	2	4	43
90	5	4	3	3	3	4	5	3	4	3	37
91	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	40
92	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	37
93	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	40
94	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32
95	5	3	2	3	2	2	3	4	5	5	34

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

72	4	3	5	5	3	4	3	5	3	3	38
73	4	5	3	3	5	4	4	4	4	4	40
74	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	41
75	4	4	3	3	4	5	3	4	3	3	36
76	4	3	4	4	3	5	4	5	4	4	40
77	5	4	3	3	4	3	5	4	5	5	41
78	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	43
79	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	34
80	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
81	5	3	1	1	3	3	4	3	4	4	31
82	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
83	5	3	4	4	5	4	4	4	5	3	41
84	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	45
85	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	34
86	5	4	3	3	4	5	5	4	5	5	43
87	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	40
88	3	4	5	5	5	3	5	3	4	5	42
89	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44
90	4	4	3	3	3	5	4	5	3	3	37
91	4	4	4	4	5	3	1	3	4	5	37
92	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	42
93	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3	40
94	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	35
95	4	3	2	2	4	4	5	3	5	4	36

Tabel
 Data Baku Jawaban Responden Pada Hasil Uji Coba Instrumen
 Tentang Lokasi

no	X ₃ lokasi										total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	41
2	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	41
3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	40
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37
5	4	3	4	3	4	5	5	4	5	3	40
6	5	3	5	3	4	3	4	4	4	4	39
7	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	41
8	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	36
9	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	37
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
11	3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	39
12	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	41
13	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	45
14	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
15	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	31
16	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	37
17	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	31
18	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	36
19	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	38
20	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	37
21	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	36
22	4	4	1	4	4	4	3	4	3	3	34
23	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	39
24	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	38
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	43
27	4	5	4	5	4	5	5	2	5	5	44
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	44
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	4	5	4	5	5	5	4	4	4	2	42
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41

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

73	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	42
74	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	43
75	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	36
76	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	37
77	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	44
78	5	4	5	4	4	4	5	3	5	4	43
79	4	3	4	3	3	3	3	5	4	3	35
80	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	41
81	5	3	5	3	4	3	4	4	4	4	39
82	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
83	3	3	3	3	4	4	3	3	5	3	34
84	5	3	5	3	5	5	4	4	4	4	42
85	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	37
86	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	38
87	5	5	5	5	4	3	5	5	3	4	44
88	3	4	3	4	5	4	4	5	4	5	41
89	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	44
90	5	4	5	4	3	3	5	3	3	3	38
91	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	41
92	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	40
93	5	4	5	4	4	5	4	5	5	3	44
94	4	3	4	3	3	5	3	3	4	3	35
95	5	3	5	3	2	4	3	4	5	4	38

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

72	4	4	4	5	5	3	3	5	3	3	39
73	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	39
74	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	44
75	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	35
76	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
77	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	44
78	5	5	5	4	4	4	5	3	5	4	44
79	4	4	4	3	3	3	3	5	4	3	36
80	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	40
81	5	5	5	1	4	3	4	4	4	4	39
82	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
83	3	3	3	4	4	4	3	3	5	3	35
84	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
85	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	36
86	4	4	4	3	3	3	3	3	5	5	37
87	5	5	5	4	4	3	5	5	3	4	43
88	3	3	3	5	5	4	4	5	4	5	41
89	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
90	5	5	5	3	3	3	5	3	3	3	38
91	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	41
92	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	40
93	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	45
94	4	4	4	3	3	5	3	3	4	3	36
95	5	5	5	2	2	4	3	4	5	4	39