



**DETERMINAN KEPUTUSAN MASYARAKAT DESA
HUTABARGOT NAULI TIDAK MENGGUNAKAN
JASA BANK SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**EVI SUMARNI
NIM. 16 401 00292**

PROGRAM PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2021



**DETERMINAN KEPUTUSAN MASYARAKAT DESA
HUTABARGOT NAULI TIDAK MENGGUNAKAN
JASA BANK SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**EVI SUMARNI
NIM. 16 401 00292**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I

**H. Aswadi Lubis, SE., M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002**

PEMBIMBING II

Adanan Murroh Nasution, M.A

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2021



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **EVI SUMARNI**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Maret 2021
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. **EVI SUMARNI** yang berjudul "**DETERMINAN KEPUTUSAN MASYARAKAT DESA HUTABARGOT NAULI TIDAK MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Jurusan 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 mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

H. Aswadi Lubis, SE., M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

PEMBIMBING II

Adanan Murroh Nasution, M.A

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Evi Sumarni
NIM : 16 401 00292
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Determinan Keputusan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli Tidak Menggunakan Jasa Bank Syariah.**

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

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

Padangsidempuan, Maret 2021

Saya yang Menyatakan,



EVI SUMARNI
NIM. 16 401 00292

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

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Evi Sumarni
NIM : 16 401 00292
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **"Determinan Keputusan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli Tidak Menggunakan Jasa Bank Syariah."**

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

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : Maret 2021

Yang menyatakan,



EVI SUMARNI
NIM. 16 401 00292




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


DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : EVI SUMARNI
NIM : 16 401 00292
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Determinan Keputusan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli Tidak Menggunakan Jasa Bank Syariah

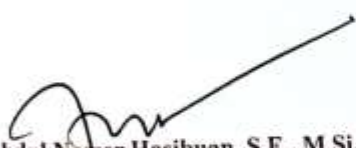
Ketua



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si.
NIP.19790525200604 1 004


Sekretaris

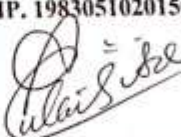

Windari, S.E., M.A.
NIP.19830510201503 2 003

Anggota


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si.
NIP.19790525200604 1 004


Windari, S.E., M.A.
NIP. 19830510201503 2 003


Damri Batubara, M.A.
NIDN. 2019108602


Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2017058302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Rabu/10 Februari 2021
Pukul : 13.30 s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/61, 5 (C)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,66
Predikat : Pujian



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

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN KEPUTUSAN MASYARAKAT DESA
HUTABARGOT NAULI TIDAK MENGGUNAKAN
JASA BANK SYARIAH**

NAMA : EVI SUMARNI
NIM : 16 401 00292

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

Padangsidempuan, 30 April 2021
Dekan

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

ABSTRAK

NAMA : EVI SUMARNI

NIM : 16 401 00292

JUDUL : Determinasi Keputusan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli Tidak Menggunakan Jasa Bank Syariah.

Masyarakat Desa Hutabargot Nauli 100% (seratus persen) beragama Islam lebih memilih menggunakan jasa bank konvensional dengan sistem riba dari pada menggunakan jasa bank syariah. Masyarakat Desa Hutabargot Nauli berprofesi dari berbagai jenis pekerjaan mulai dari PNS, honorer, petani, pedagang, penambang emas, wirasuwasta dengan pendapatan yang bervariasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan, religiusitas dan teori keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli menggunakan jasa Bank Syariah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat, dan apakah terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat.

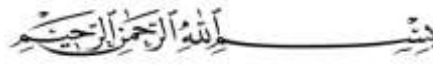
Teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, pengertian pengambilan keputusan dalam penelitian ini juga dibahas terkait dengan pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, pemasaran dalam islam. Pengetahuan dan religiusitas.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Desa Hutabargot Nauli. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 23. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, uji analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara persial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat tidak menggunakan jasa Bank Syariah dengan nilai $t_{hitung} = -1,525$ sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,525 < 1,99167$) maka H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak. Pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah dengan nilai $t_{hitung} = 2,112$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,112 > 1,99167$) maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak Menggunakan jasa Bank Syariah dengan nilai $t_{hitung} = 1,410$ sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,410 < 1,99125$) maka H_{a3} ditolak dan H_{03} diterima. religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak Menggunakan jasa Bank Syariah dengan nilai $t_{hitung} = -0,928$ Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,928 < 1,99125$) maka H_{a4} ditolak dan H_{04} diterima. Secara simultan kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat tidak menggunakan jasa Bank Syariah yakni $F_{hitung} = 2,540 > F_{tabel} = 2,72$ dan signifikansi $< 0,05$ ($0,046 < 0,05$) maka H_{a5} ditolak dan H_{05} diterima. Berdasarkan uji koefisien determinasi R^2 diketahui bahwa 11,7% kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas mempengaruhi keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak Menggunakan jasa Bank Syariah, sedangkan 88,3% lagi dipengaruhi oleh variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Pelayanan, Pemasaran, Pengetahuan, Religiusitas, Keputusan

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Determinan Keputusan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli Tidak Menggunakan Jasa Bank Syariah.”** Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

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 penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ibu Hamni Fadlillah Nasution, M.Pd., selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak H. Aswadi Lubis, SE., M.Si selaku Pembimbing I dan Bapak Adanan Murroh Nasution, M.A selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. 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.
6. Bapak Kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Alm. Abd Karim Matondang dan Ibunda tercinta Rosdeli Pulungan beserta saudara-saudari peneliti yaitu Edi Rahmad, Andi Parmonangan, Budi Halomoan, Elly Saprina dan Sriyunara yang paling berjasa dalam hidup peneliti. Doa dan usahanya yang tidak

mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

8. Untuk sahabat seperjuangan Nur Atikah, Anggita Inda Lesatari, Romaito, Tukma Titik Melati yang telah membersamai dalam suka duka dan menjadi saksi perjuangan peneliti.
9. Untuk sahabat Nurhidayah Pardosi, Rosnita Zainariah, Wirdah Willy, Eni Arnita, Afidannur, Habibi Pulungan, Fandi Alkasih, Sangkot Matua, M.Syukur, Khoiruddin, Saipul.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.
11. Dan untuk sahabat-sahabat satu kos Melinda Ratna Sari, Nur Atikah, Musdalipah Sihombing, Tukma Wanita, Nurul Mawaddah, Riza, Yaisah.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbalalamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini

masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Maret 2021

Peneliti,

EVI SUMARNI
NIM. 16 401 00292

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	ṣad	ṣ	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

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

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

2. 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

3. 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	ā	a dan garis

	atau ya		atas
ي...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و...و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. 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.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. 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.

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang di ikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri

dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

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

I. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Depenisi Operasional Variabel	6
F. Tujuan Penelitian	9
G. Kegunaan Penelitian	10
H. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	13
1. Pengambilan Keputusan	13
a. Pengertian Pengambilan Keputusan	13
2. Pelayanan	16
a. Pengertian Pelayanan	16
b. Pelayanan Dalam Prespektif Islam	17
3. Pemasaran	20
a. Pengertian Pemasaran	20
b. Manajemen Pemasaran	21
c. Pemasaran Dalam Islam	22
4. Pengetahuan	25
5. Religiusitas	28
a. Pengertian Religiusitas	28
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Pikir	36
D. Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
B. Jenis Penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi	41
2. Sampel	41
D. Sumber Data	42
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	43
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	47
G. Analisis Data.....	48
1. Uji Normalitas	48
2. Uji Analisis Deskriptif	49
3. Asumsi Klasik	49
a. Uji Multikolinearitas	49
b. Uji Heterokedastisitas	50
4. Analisis Regresi Linear Berganda	50
5. Uji Hipotesis	51
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
b. Uji Parsial (Uji t)	52
c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	52

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	54
B. Hasil Penelitian	54
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	55
2. Uji Normalitas	60
3. Uji Analisis Deskriptif	61
4. Uji Asumsi Klasik	62
5. Uji Regresi Linear Berganda	65
6. Uji Hipotesis	67
C. Pembahasan Hasil Penelitian	71
D. Keterbatas Penelitian	74

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Definisi Operasional Variabel	6
Tabel II.1	: Penelitian Terdahulu	31
Tabel III.1	: Pengukuran Skala Ordinal	45
Tabel III.2	: Kisi-Kisi Kuesioner Kualitas Pelayanan	45
Tabel III.3	: Kisi-Kisi Kuesioner Pemasaran	45
Tabel III.4	: Kisi-Kisi Kuesioner Pengetahuan	46
Tabel III.5	: Kisi-Kisi Kuesioner Religiusitas	46
Tabel III.6	: Kisi-Kisi Kuesioner Keputusan Masyarakat	46
Tabel IV.1	: Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	55
Tabel IV.2	: Hasil Uji Validitas Variabel Pemasaran	55
Tabel IV.3	: Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan	56
Tabel IV.4	: Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas	56
Tabel IV.5	: Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Masyarakat	57
Tabel IV.6	: Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel IV.7	: Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel IV.8	: Hasil Uji Analisis Deskriptif	61
Tabel IV.9	: Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel IV.10	: Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel IV.11	: Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	68
Tabel IV.12	: Hasil Uji t (Persial).....	69
Tabel IV.13	: Hasil Uji F (Simutan)	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 : Kerangka Pikir	37
Gambar IV.1 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data Mentah Variabel Kualitas Pelayanan
- Lampiran 2 : Data Mentah Variabel Pemasaran
- Lampiran 3 : Data Mentah Variabel Pengetahuan
- Lampiran 4 : Data Mentah Variabel Religiusitas
- Lampiran 5 : Data Mentah Variabel Keputusan Masyarakat
- Lampiran 6 : Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan
- Lampiran 7 : Uji Validitas Variabel Pemasaran
- Lampiran 8 : Uji Validitas Variabel Pengetahuan
- Lampiran 9 : Uji Validitas Variabel Religiusitas
- Lampiran 10 : Uji Validitas Variabel Keputusan Masyarakat
- Lampiran 11 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 12 : Uji Normalitas
- Lampiran 13 : Uji Analisis Deskripsi
- Lampiran 14 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 15 : Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 16 : Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 17 : Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- Lampiran 17 : Uji Parsial (Uji t)
- Lampiran 17 : Uji Simultan (Uji F)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan suatu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat, dalam literatur Islam dikenal dengan istilah *baitulmal* atau *baitul tamwil*. Istilah lain yang digunakan untuk sebutan bank Islam adalah bank syariah. Menurut Ensiklopedi Islam, bank Islam atau bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.¹ Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam bagi bank syariah tidak hanya terfokus pada tujuan komersial yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat.²

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang operasionalnya berdasarkan kepada syariah islam. Dimana satu sisi (pasiva atau *liability*) Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang mendorong dan mengajak masyarakat untuk ikut

¹ Bustari Muchtar DKK, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm.119.

² Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm.16.

aktif berinvestasi melalui berbagai produknya. Sedangkan disisi lain (aktiva atau *asset*) Bank Syariah aktif untuk melakukan investasi kepada masyarakat³

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller menjelaskan bahwa “keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.”⁴

Keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang pertama yaitu faktor kualitas pelayanan, faktor pelayanan yang meliputi pelayanan. Yang mana pelayanan ini merupakan faktor penentu yang paling utama dari keinginan dan ketertarikan masyarakat untuk menggunakan bank syariah. Faktor yang kedua yaitu faktor pemasaran, faktor pemasaran yang meliputi pemasaran. Pemasaran adalah faktor penentu bagi masyarakat Desa Hutabargot Nauli untuk menggunakan bank syariah. Faktor yang ketiga yaitu faktor pengetahuan, faktor pengetahuan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli masih kurang tentang perbankan syariah. Faktor yang keempat yaitu faktor religiusitas, Masyarakat Desa Hutabargot Nauli 100% beragama Islam yang secara historis dikenal sangat religius, yang mengutamakan nilai-nilai keagamaan dan toleransi dalam kehidupan bermasyarakat serta tersedianya berbagai lembaga dan institut masyarakat dalam pengembangan nilai-nilai religi dan budaya luhur masyarakat.

³ Nofinawati, “Akut dan Produk Perbankan Syariah” *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, Vol. 08, No. 2 Tahun, 2014, hlm.219.

⁴ Nugroho J, Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kecana 2010), hlm. 10-11.

Itu dibuktikan dengan adanya pengajian bagi ibu-ibu pengajian akbar. Dan tidak asing lagi bagi masyarakat Hutabargot Nauli mengenai hukum-hukum Islam yang dibolehkan dan yang dilarang. salah satunya mengenai hikum dan kedudukan bunga dalam Islam. Pemahaman tersebut memunculkan asumsi bahwa pada sebagian masyarakat lebih tertarik menggunakan jasa bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah. Sebagian Masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak melihat dari senci religius, sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan jasa bank konvensional dengan sistem riba dibandingkan dengan menggunakan jasa bank syariah. Masyarakat Desa Hutabargot Nauli berpropesi dari berbagai jenis pekerjaan mulai dari PNS, honorer, petani, pedagang, penambang emas, wirasewasta dengan pendapatan yang bervariasi mulai dari Rp. 2000.000 sampai dengan Rp. 10.000.000 perbulannya. Dengan pendapatan ini masyarakat berpeluang besar untuk menabung di bank, namun masalahnya mereka lebih memilih menabung di bank konvensional dari pada Bank Syariah.

Berdasarkan studi pendahuluan yang peneliti lakukan dengan mewawancarai masyarakat Hutabargot Nauli sebanyak dua orang seperti yang disampaikan oleh bapak Ahmad Zulfandi Pulungan masyarakat Desa Hutabargot Nauli lebih memilih menggunakan bank konvensional dari pada Bank Syariah

karena masyarakat Hutabargot Nauli lebih mengenal bank konvensional di bandingkan dengan bank syariah.⁵

Peneliti juga mewawancarai Ibu Nur Hidayah Pardosi, Beliau mengatakan bahwa ia sudah lama menjadi nasabah bank konvensional karna mudah melakukan proses pinjaman dan pihak bank langsung memproses pinjaman pada hari itu juga dengan persyaratan-persyaratan yang mudah seperti KTP. Kita hanya menunggu beberapa hari saja untuk menerima pinjaman yang telah kita ajukan. Dan untuk proses pembayaran cicilan pihak bank melakukan penangihan secara langsung kerumah nasabah, sehingga ibu Nur Hidayah Pardosi tidak perlu langi pergi ke bank untuk melakukan proses pembayaran cicilan.⁶

Berdasarkan fenomena di atas Masyarakat Desa Hutabargot Nauli memilih menggunakan bank konvensional karena kelompok serta keluarganya menggunakan bank konvensional. maka peneliti tertarik untuk menelitinya lebih mendalam sehingga dapat mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor yang telah dijelaskan diatas terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa bank syariah, dalam penelitian dengan judul “**Determinan Keputusan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli Tidak Menggunakan Jasa Bank Syariah**”.

⁵Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Zulfandi Pulungan, (Masyarakat Desa Hutabargot Nauli), Sabtu 24 Maret 2020 Pukul 13.45 WIB.

⁶Hasil Wawancara dengan Ibu Nurhidayah Pardosi, (Masyarakat Desa Hutabargot Nauli), Rabu 25 Juni 2020 Pukul 15.04 WIB.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Masyarakat Desa Hutabargot Nauli memilih menggunakan bank konvensional karena kelompok serta keluarganya menggunakan bank konvensional.
2. Masyarakat Desa Hutabargot Nauli kurang termotivasi untuk menggunakan jasa bank syariah karena sedikitnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah tersebut , peneliti membatasi penelitian ini hanya pada kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan, religiusitas dan studi kasus penelitian ini adalah masyarakat Desa Hutabargot Nauli kecamatan Hutabargot Kabupaten Mandailing Natal.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa bank syariah?

2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pemasaran terhadap keputusan masyarakat desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa bank syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan terhadap keputusan masyarakat desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa bank syariah?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor religiusitas terhadap keputusan masyarakat desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa bank syariah?
5. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa bank syariah.

E. Definisi Operasional Variabel

Tabel I. 1
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor dari kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan adalah dimensi yang global, Nasabah akan merasakan kepuasan setelah mendapatkan pengalaman dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.	a. <i>Tangibles</i> (Kemampuan fisik dan personil) b. <i>Realiability</i> (Keandalan) c. <i>Responsiveness</i> (Rasa tanggung jawab) d. <i>Assurance</i> (jaminan) e. <i>Empaty</i> (Perhatian)	Ordinal

	Pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang di berikan pihak bank syariah kepada masyarakat Desa Hutabargot Nauli.		
Pemasaran (X ₂)	Pemasaran merupakan suatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menawarkan atau mempromosikan produk-produk yang ada dalam perusahaan. sehingga konsumen tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan.pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemasaran yang dilakukan pihak bank syariah terkait dengan produk-produknya yang ditawarkan kemasyarakat Desa Hutabargot Nauli.	a. Manajemen pemasaran b. Pemasaran dalam Islam	Ordinal
Pengetahuan (X ₃)	Pengetahuan merupakan salah satu faktor dari pengalaman nasabah atau pemahaman nasabah sehingga dengan pengetahuan nasabah bisa	a. Media massa b. Pendidikan c. Pengalaman d. Budaya e. Sosial ekonomi	Ordinal

	termotivasi untuk mencobanya. Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengetahuan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tentang bank syariah.		
Religiusitas (X ₄)	Agama meliputi perilaku manusia, termasuk semua tahap dan aspeknya termasuk keyakinan, sebagai tahap pertama dari agama yang menentukan perilaku dan tujuan hidup manusia dengan faktor agama manusia dapat menentukan pilihan hidupnya yang sesuai dengan nilai dan norma agama. Religiusitas yang dimaksud adalah agama Islam, yaitu tuntunan agama islam dalam menggunakan jasa bank syariah.	<ul style="list-style-type: none"> a. Prinsip Kemitraan b. Prinsip keadilan c. Prinsip ketentraman d. Prinsip transparansi\keterbukaan e. Prinsip universalitas f. Bisnis halal dengan tidak adanya unsur riba g. Pengambilan laba yang wajar. 	Ordinal
Keputusan Masyarakat (Y)	keputusan masyarakat dapat menentukan pilihannya yang sesuai dengan apa yang diinginkan.keputusan masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan membeli e. Perilaku pasca membeli 	Ordinal

	keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli untuk memilih jasa bank syariah.		
--	---	--	--

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan Bank Syariah terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara pemasaran Bank Syariah terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara pengetahuan masyarakat Desa Hutabargot Nauli terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara religiusitas masyarakat Desa Hutabargot Nauli terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah.
5. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan, dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Bagi penulis sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi dalam Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan. Untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti tentang determinan keputusan masyarakat menggunakan jasa bank syariah. Sebagai alat untuk mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh selama proses perkuliahan.

2. Bagi IAIN Padangsidempuan

Hasil penelitian diharapkan berguna bagi IAIN Padangsidempuan khususnya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam sebagai pengembangan keilmuan dalam bidang perbankan syariah. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi kepada peneliti lain khususnya yang membahas tentang perbankan syariah.

3. Bagi Lembaga Perbankan Syariah

Secara teoritis diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang dunia perbankan syariah. Serta memberikan kontribusi khususnya dalam mengembangkan konsep lembaga perbankan syariah.

4. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa bank syariah.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini memiliki sistematika pembahasan untuk lebih mudah memahami pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan dalam bab ini akan diuraikan hal-hal yang berkaitan tentang latar belakang, penulis memaparkan beberapa variable yaitu variabel Kualitas Pelayanan, Pemasaran, Pengetahuan, Religiusitas, Keputusan Masyarakat, atau faktor lain yang berhubungan dengan penelitian yang disebut identifikasi masalah yang menjelaskan tentang masyarakat desa hutabargot nauli kurang termotivasi untuk menggunakan jasa Bank Syariah, Kemudian peneliti menjelaskan lima rumusan masalah yang masih berkaitan dengan tujuan penelitian, menjelaskan defenisi variabel dari beberapa referensi dan pada akhirnya menjelaskan beberapa manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II landasan teori dalam penelitian ini akan diuraikan tentang teori Pelayanan, Pemasaran, Pengetahuan, Religiusitas dan Keputusan Masyarakat. penelitian terdahulu sebagai bukti keaslian skripsi, serta menjelaskan pendapat-pendapat peneliti sendiri yang bisa disebut kerangka fikir.

Bab III metode penelitian dalam bab ini akan diuraikan yang berkaitan dengan teknik-teknik pengumpulan data, termasuk metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data dalam penelitian ini seperti Uji Normalitas, Uji Analisis Deskriptif, Asumsi Klasik, Uji Multikolinearitas dan Uji Heterokedastisitas, Analisis Regresi Linearitas Berganda, Uji Hipotesis, Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji t, Uji F.

Bab IV hasil penelitian dalam bab ini akan diuraikan gambaran umum objek penelitian serta hasil uji yang telah dilakukan di lapangan apakah terdapat kesinambungan antara hipotesis dengan hasil uji sebenarnya yang telah dilakukan oleh peneliti. Selanjutnya diakhiri dengan pembahasan.

Bab V penutup dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan dan merangkum hal-hal penting dengan singkat, jelas dan padat yang mencakup seluruh poin inti. Selanjutnya dengan memberi saran yang membangun bagi pihak lain.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pengambilan Keputusan

a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Dari segi etimologi “pengambilan keputusan berarti mengambil menetapkan atas sesuatu” Keputusan, adalah “suatu kesimpulan yang dijadikan pegangan setelah melakukan pertimbangan-pertimbangan”. Dari segi terminologi “pengambilan keputusan adalah suatu proses penetapan sesuatu dengan mana penetapan itu dijadikan panduan rujukan bagi kegiatan berikutnya”.¹

Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah “proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya”. Hasil dari proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan (*choice*), yang disajikan secara kognitif sebagai kegiatan berperilaku.

Dalam memperlakukan pengambilan keputusan konsumen sebagai suatu pemecahan masalah kita mengasumsikan bahwa konsumen memilih sasaran (konsekuensi yang diinginkan atau nilai dalam rantai arti akhir) yang ingin dicapai atau dipuaskan. Seseorang konsumen menganggap

¹ Amini, *Perilaku Organisasi*, (Bandung: Citapustaka Media, 2010), hlm. 108.

sesuatu ialah masalah karena konsekuensi yang diinginkannya belum dicapai. Konsumen membuat keputusan perilaku mana yang ingin dilakukan untuk dapat mencapai sasaran mereka, dan dengan demikian memecahkan masalahnya. Dalam pengertian ini, pengambilan keputusan konsumen/nasabah adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran.²

1) Tahap-tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Nasabah

Menurut Kotler dan Kevin Lane Keller ada lima proses dalam mengambil keputusan, sebagai berikut:

a) Pengenalan Masalah

Pada tahapan awal, yaitu pengenalan masalah, proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan eksternal dan internal. Pemasar harus mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Lalu mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang memicu minat konsumen.

b) Pencarian informasi

Konsumen sering mencari jumlah informasi yang terbatas. Survei memperlihatkan bahwa barang tahan lama, setengah dari semua konsumen hanya melihat satu toko, dan

² Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm, 332.

hanya 30% yang melihat lebih dari satu merek peralatan. Sumber utama dimana konsumen dibagi menjadi empat kelompok, yaitu: (1) pribadi, misalnya keluarga, teman, tetangga, rekan. (2) komersial, misalnya iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan ,tampilan. (3) publik, misalnya media massa, organisasi, pemeringkat konsumen. (4) eksperimental, misalnya, penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.³

c) Evaluasi alternatif

Terkait dengan evaluasi alternatif, ada beberapa konsep dasar yang akan membantu kita memahami proses evaluasi, yaitu sebagai berikut: (1) konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan, (2) konsumen mencari manfaat tertentu dari selusi produk dan (3) konsumen melihat masing-masing produk sebagai kelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini.

³ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, Marketing Management, 13thEd. Ke-13 (New Jersey: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008). Terjemahan: Bob Sabran Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Erlangga,2008), hlm. 184-185.

d) Keputusan pembelian

Faktor pertama dalam keputusan pembelian adalah sikap orang lain. Sejauh mana sikap orang lain, mengurangi alternative yang disukai seseorang.

e) Perilaku pasca pembelian

Setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal yang menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya.⁴

b. Pelayanan

1) Pengertian Pelayanan

Pelayanan dan etika juga merupakan daya penarik bagi (calon) nasabah untuk menjadi nasabah, serta tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat antar sesama bank.⁵ Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.⁶

⁴ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 94.

⁵ Melayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 153

⁶ *Ibid*, hlm. 152.

Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.⁷

Pelayanan dan etika pemasaran jasa bank harus dilakukan dengan baik dan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi masyarakat calon nasabah bank yang bersangkutan. Apa bila pelayanan dan etika bank dilakukan dengan baik dan benar maka pemasaran produknya diharapkan akan mendapatkan hasil yang baik.

2) Pelayanan dalam prespektif islam

Adanya beberapa hal (etika) yang harus dimiliki oleh para pegawai dalam melayani pelanggan, diantaranya adalah :

a) Berlaku baik dan simpatik

Al-Quran mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik, dan simpatik dengan orang lain. Dalam memberikan jasa pelayanan, perilaku adil terhadap pelanggan wajib hukumnya, sikap adil termasuk diantara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh islam dalam aspek ekonomi

⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.21.

b) Bersikap melayani dan rendah hati

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pegawai dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Cara merebut hati nasabah dengan memberi perhatian serta komunikasi yang sopan, ramah serta murah senyum sehingga bias membuat nasabah merasa senang.

c) Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Sifat amanah harus dimiliki setiap orang muslim, apalagi yang memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat.

d) Jujur dan terpercaya

Sikap jujur dipercaya adalah sikap yang harus menghiiasi seseorang dalam setiap gerak-geriknya adalah kejujuran. Setiap orang yang menjalankan usahanya haruslah jujur, termasuk dalam memberikan jasa pelayanan kepada setiap pelanggan. Sebagaimana Hadits Nabi Muhammad SAW.

حدث حكيم بن حزام رضي الله عنه عنه عن النبي صلى الله

عنه وسلم قال البيعان بالخيار ما لم يتفرقا فان صدقا وبينا

بورك لهما في بيعهما وان كذبا وكتما محق بركة بيعهما

Artinya: “Diriwayatkan dari Hakim bin Hizam radhiyallahu anhu. Dia telah berkata:” penjual dan pembeli diberi kesempatan berfikir selagi mereka belum berpisah. Sekiranya mereka jujur serta membuat penjelasan mengenai barang yang dijual belikan. Mereka akan mendapat berkat dalam jual beli mereka.” (Shahih Muslim)

Hadis diatas menjelaskan bahwa dijual beli hendaklah disertai rasa jujur sehingga ada nilai manfaatnya .apabila penjual dan pembeli saling menipu atau merahasiakan apa yang seharusnya dikatakan maka tidak akan ada nilai manfaat.⁸

3) Pelayanan dan etika bank

Pelayanan dan etika banksangat penting karena dengan pelayanan dan etika yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari bank-bank saingan. Jika masyarakat simpati, akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk jasa bank itu akan lebih lancar. Pelayanan dan etika bank juga merupakan daya penarik bagi (calon) nasabah untuk menjadi nasabah serta tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat antara sesama bank.

4) Tujuan pelayanan dan etika bank

Pelayanan dan etika bank mengharuskan manajer bank berkewajiban dan bertanggung jawab untuk:

⁸ Ahmad Mdjab Muhalli dan Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadis-Hadis Muttafaq' Alaih*, (Jakarta: Kencana 2004), hlm. 96-97.

- a) Mengembalikan dana pihak ketiga (DPK) beserta bagi hasilnya tepat waktu sesuai dengan perjanjian disepakati.
- b) Menjaga kerahasiaan keuangan nasabah bank menurut undang-undang perbankan yang berlaku.
- c) Memberikan informasi yang akurat dan objektif apabila diminta oleh nasabah yang bersangkutan.
- d) Ikut memperlancar LLP modern dari transaksi komersial dan finansial.
- e) Turut menjaga dan memelihara kestabilan nilai rupiah.
- f) Menjaga dan memelihara koresponden bank diantara sesama bank.
- g) Menyalurkan kredit secara efektif kepada calon debitur.
- h) Menyalurkan kredit sesuai dengan undang-undang perbankan.⁹

c. Pemasaran

Perusahaan masakini tidak bergerak dalam pasar dengan saingan yang sudah diketahui dan sudah pasti, atau pilihan pelanggan yang stabil, melainkan dalam perang antara saingan yang terus berubah, kemajuan teknologi, hukum baru, kebijaksanaan perdagangan yang terkelola dan turunnya kesetiaan pelanggan. Karena itu tidak heran bahwa perusahaan yang unggul masa kini adalah yang paling berhasil memuaskan, bahkan menyenangkan pelanggan sasaran mereka,

⁹ Malayu S.P Hasibuan, *Op, Cit.*, hlm. 125.

perusahaan-perusahaan ini melihat pemasaran sebagai filosofi seluruh perusahaan.¹⁰

Menurut Kotler dalam buku Herry Sutanto dan Khaerul Umam Marketing (Pemasaran) adalah suatu proses sosial dan manjerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (*exchange*).¹¹

1) Manajemen pemasaran

a) Perencanaan strategi

Konsep dan alat yang mendasari perencanaan strategi muncul pada tahun 1970 an sebagai tanggapan atas kejutan beruntun yang menghantam industri amerika serikat. Perencanaan strategi memerlukan tiga kegiatan kunci. Pertama, pengelolaan unit-unit bisnis perusahaan sebagai suatu mortofolio investasi. Kedua, pengevaluasian kekuatan setiap unit bisnis secara tepat dengan mempertimbangkan tingkat pertumbuhan pasar tersebut. Ketiga, untuk tiap-tiap unit bisnisnya, perusahaan harus mengembangkan suatu rencana dalam bentuk pengendaian (*gameplan*) untuk mencapai tujuan jangka panjangnya masing-masing perusahaan harus menentukan strategi.

¹⁰ Abdul Nasser Hasibuan, “Konsep Pemasaran Islam Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Di Kabupaten Tapanuli Selatan” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Vol.6, No.2 Tahun, 2018, hlm.20.

¹¹Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia,2013), hlm.37.

b) Pemasaran dalam Islam

a. Spiritual Marketing Sebagai Jiwa Bisnis

Kita memerlukan kepemimpinan spiritual dalam mengelola suatu bisnis, terlepas dari sumber spiritual tersebut berasal. Sebenarnya, *spiritual marketing* ini dapat kita laksanakan dengan optimal jika dalam segala aktivitas sehari-hari, kita menempatkan tuhan sebagai *stakeholder* utama. inilah perbedaan pokok antara pemasaran biasa dan *spiritual marketing*.

b. Karakteristik Syariah Marketing

Kata syariah (*al-syari'ah*) telah ada dalam bahasa arab sebelum turunnya al-qur'an. Kata yang semakna dengan juga terdapat di dalam taurat dan injil. Kata *syari'at* dalam bahasa ibrani disebutkan sebanyak 200 kali, yang selalu mengisyaratkan pada makna" kehendak tuhan yang diwahyukan sebagai wujud kekuasaannya atas segala perbuatan manusia. ada empat karakteristik syariah marketing sebagai berikut:

1. Teistis (*rabbaniyah*)

Salah satu ciri khas syariah marketing yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religius (*diniyyah*).

2. Etis (*akhlaqiyyah*)

Keistimewaan lain dari syariah marketing, selain karena teistis (*rabbaniyyah*), juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kehidupannya.

3. Realistis (*al-waqi'iyah*)

Syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatik, modernitas, dan kaku. Syariah marketing adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah islamiah yang melandasinya.

4. Humanistis (*al-insaniyyah*)

Keistimewaan syariah marketing yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal.¹²

Adapun ayat al-Qur'an yang menjelaskan tentang pemasaran yang terdapat dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 58.

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا
وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ ﴾

¹²*ibid.*, hlm.44-65.

إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا

بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”. (Q.S An-Nisa;58).¹³

Tafsiran ayat di atas menyatakan yang dimaksud dengan adil dalam firman tuhan “ Hukumlah dengan adil” ialah, dengan hukum yang berdasarkan kepada Al-Qur’an dan Hadis, karena hukum yang berdasarkan kepada pemikiran semata-mata bukanlah hukum yang sah. Kalau tidak didapat dalam Al-Qur’an dan Hadis.¹⁴

Hubungan dari ayat diatas dengan kegiatan pemasaran adalah amanat dalam melakukan kegiatan, salah satunya kegiatan pemasaran dimana amanat maksudnya adalah menyampaikan hak ataupun apa saja

¹³ Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*,(Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu, 2013), hlm.552.

¹⁴ Abdul Halim Hasa, *Tafsir Al-Ahkam Edisi ke-1*,(Jakarta:Kencana 2011), hlm.280.

kepada pemiliknya dengan tidak ada pengurangan dan kecurangan di dalamnya.

Berdasarkan penjelasan di atas pemasaran adalah usaha untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. pihak bank harus lebih dahulu menginformasikan jenis-jenis produk baru sehingga menarik minat nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama.

d. Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari yang diketahui melalui indra sebagai pembentukan terhadap sesuatu pengetahuan, bukanlah fakta dari suatu kenyataan yang sedang dipelajari, tetapi pengalaman yang telah dilakukan dalam lingkungan, baik dibangku sekolah dan intraksi lingkungan lainnya.

1) Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan

1. Media massa

Media secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas Sumber informasi dapat berupa media cetak maupun media elektronik, seperti televisi, radio, komputer, surat kabar, buku dan majalah.

2. Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses pengubahan sikap dan tatalaku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, maka jelas dapat kita kerucutkan sebuah visi pendidikan yaitu mencerdaskan manusia.

3. Informasi

Pengertian informasi menurut *Oxford English Dictionary* adalah "that of which one is apprised or told; new", kamus lain menyatakan bahwa informasi adalah suatu yang dapat diketahui, namun ada pula yang menekankan informasi sebagai transfer pengetahuan, berkat ilmu pengetahuan manusia dapat meraih kemajuan yang sangat menakjubkan dalam segala bidang kehidupan. Teknologi canggih yang semakin mencegangkan dan fantastis adalah salah satu produk dari ilmu pengetahuan.¹⁵

4. Pengalaman

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam

¹⁵Ali Maksum, *Pengantar Filsafat Dari Masa Klasik Hingga Posmodernisasi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hlm. 31.

memecahkan masalah yang di hadapi pada masa lalu. Pengalaman belajar dalam bekerja yang dikembangkan memberikan pengetahuan dan keterampilan profesiaonal serta pengalaman selama kerja akan dapat mengembangkan kemampuan mengambil keputusan yang merupakan menifestasi dari keterpaduan menalar seca ilmiah dan etika yang bertolak dari masalah nyata dalam bidang kerjanya.

5. Budaya

Budaya sangat berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan seseorang karena apa yang sampai kepada dirinya, biasanya terlebih dahulu disaring berdasarkan kebudayaan yang mengikatnya.¹⁶

6. Sosial ekonomi

Tingkatan seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidup disesuaikan dengan penghasilan yang ada sehingga menuntut pengetahuan yang dimiliki harus dipergunakan semaksimal mungkin.¹⁷

¹⁶ Hidayatul Karomah, *Hubungan Pengetahuan Ibu Dalam Penerapan Toiler Training Pada Usia Toddler*, (Karawang: La Ode Ahmad, 2015), hlm. 10.

¹⁷*ibid*, hlm.11.

e. Religiusitas

1) Pengertian

Dalam bahasa latin, agama disebut dengan *religi* yang mempunyai dua rujukan kata yang berbeda. Pertama yang berasal dari kata *Religo* yang berarti mengingat atau menjalin, sedangkan yang kedua, berasal dari kata *Religare* yang berarti mengumpulkan dan membaca. Religiusitas adalah seperangkat kepercayaan dan aturan yang pasti untuk membimbing kita terhadap tuhan, orang lain dan terhadap diri kita sendiri.¹⁸

Menurut Reville

Religiusitas adalah penentuan kehidupan manusia sesuai dengan ikatan antara jiwa manusia dan jiwa yang gaib. Yang dominasinya terhadap dirinya sendiri dan dunia diketahui oleh manusia dan kepada-nya lah dia merasa sangat terikat.¹⁹

Religiusitas berasal dari bahasa inggris yaitu dari kata dasar *Religion* yang berarti agama, dari istilah *religion* inilah muncul istilah *Religi*us berarti keagamaan. Meski berakad kata sama, namun dalam penggunaannya istilah religiusitas mempunyai makna yang berbeda dengan *religi* atau agama. Kalau agama menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban, religiusitas menunjuk pada aspek *religi* yang telah dihayati oleh individu di dalam hati.

¹⁸ Monzer Kahf, *Ekonomi Islam, (Telaah Analitis Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 1.

¹⁹ *Ibid.*, hlm.5.

Menurut Atang Abdul Hakim dalam bukunya *Metodologi Studi Islam* menjelaskan bahwa *religiusitas* adalah sikap hidup seseorang berdasarkan pada nilai-nilai yang diyakininya. *Religiusitas* merupakan sesuatu ekspresi *religi* yang ditampilkan.²⁰

Menurut Bustanudin Agus bahwa, ekspresi religius ditemukan dalam budaya material, perilaku manusia, nilai, moral, hukum dan sebagainya. Tidak ada aspek kebudayaan lain dalam agama yang lebih luas pengaruh dan implikasinya dalam kehidupan manusia.²¹

Religiusitas menurut pandangan Islam adalah dalam melakukan aktivitas ekonomi, sosial, politik, atau aktivitas apapun, muslim diperintahkan untuk melakukannya dalam rangka beribadah kepada Allah²² Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah sikap seseorang yang diyakininya dalam kehidupan sehari-hari dalam rangka beribadah kepada Allah.

2) Unsur-unsur penting Religiusitas

- a) Kekuatan gaib, manusia merasa dirinya lemah dan berhajat kepada kekuatan gaib tersebut, sebagai tempat meminta pertolongan. Oleh karena itu, manusia harus mengadakan hubungan baik dengan kekuatan gaib tersebut, hubungan baik itu dapat diwujudkan

²⁰Atang Abdul Hakim, *Metodologi Studi Islam*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 4.

²¹ Bustanuddin Agus, *Agama Dalam Kehidupan Manusia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 6

²²Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-problem Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005), hlm.79.

dengan mematuhi perintah dan menjauhi larangan kekuatan gaib tersebut.

- b) Keyakinan manusia bahwa kesejahteraan didunia ini dan hidupnya diakhirat tergantung pada adanya hubungan baik dengan kekuatan gaib tersebut.
- c) Respon yang bersifat emosional dari manusia. Respon itu bisa mengambil bentuk perasaan takut, seperti yang terdapat pada agama primitif atau perasaan cinta, seperti agama *monotheisme*.
- d) Paham adanya yang kudus dan suci dalam bentuk kekuatan gaib, kitab suci, tempat-tempat tertentu dan lain-lain.²³

3) Manusia dan Religiusitas

Kebutuhan manusia terhadap agama menyangkut kebutuhan manusia terhadap tuhan dan peraturan-peraturan yang berasal dari tuhan. Kebutuhan ini dapat dilihat dari dua sifat dasar yang dimiliki manusia, yaitu secara psikologis dan sosiologis. Secara psikologis manusia memiliki perasaan adanya suatu yang menguasai alam termasuk dirinya, yaitu tuhan dalam agama islam atau kekuatan supranatural dalam konsep ilmiah. Secara sosiologis agama memang dibutuhkan manusia. Kajian sosiologis mengakui peranan agama dalam kehidupan sosial.

²³Baharuddin dan Buyung Ali, *Metode Studi Islam*, (Bandung: Cipta Pustaka Media, 2005), hlm. 14.

Sirkulasi sumber kehidupan atau sistem ekonomi tergantung kepada apakah manusia satu dengan lainnya dapat saling menaruh kepercayaan bahwa mereka akan memenuhi kewajiban-kewajiban bersama bidang keuangan atau tidak. Begitu pulak kelangsungan hidup masyarakat tergantung pada harapan bahwa anggota-anggota mereka akan melaksanakan kewajiban-kewajiban yaitu menepati janji-janji sosial.²⁴

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II. 1
Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Atanasius Hardian Permana Yogiarto (Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2015)	Pengaruh bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah pada nasabah bank muamalat pekalongan, 2015.	(X ¹)faktor bagi hasil (x ²)faktor promosi (x ³)faktor kualitas pelayanan (Y) tabungan mudharabah	Berdasarkan analisis regresi pada tarif signifikan 5% menunjukkan (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan bagi hasil terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah pada nasabah bank muamalat pekalongan (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah tabungan

²⁴*Ibid.*, hlm. 15-18.

				<p>mudharabah pada nasabah bank muamalat pekalongan (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah (4) tabungan mudharabah pada nasabah bank muamalat pekalongan signifikan bagi hasil, promosi, kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah tabungan mudharabah pada nasabah bank muamalat pekalongan.</p>
2.	Roni Andespa (Jurnal Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, 2017)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah	(x^1) faktor <i>Marketing Mix</i> (x^2) faktor budaya (x^3) faktor sosial (x^4) faktor pribadi (x^5) faktor psikologis (Y) minat nasabah menabung	Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah adalah faktor <i>marketingmix</i> , faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi dengan persentase varian 74, 462% yang artinya responden masih

				mempertimbangkan variabel yang diteliti, sedangkan sisanya 25,538% memperlihatkan variabel lain yang tidak tercakup dalam variabel penelitian ini.
3.	Damayanti maisaroh (Skripsi Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih bank syariah	(x^1) faktor sosial (x^2) faktor pribadi (x^3) faktor budaya (x^4) faktor psikologi (x^5) faktor lokasi (x^6) faktor produk (x^7) faktor fasilitas (Y) keputusan menjadi nasabah	Denagan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah
4.	Hardiana Kurnia Siregar (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2016)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam melakukan pembiayaan <i>Musyarakah</i> di PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Rantau	(x^1) faktor Lokasi (x^2) faktor Promosi (Y) minat menjadi nasabah	Faktor lokasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah minat nasabah dalam melakukan pembiayaan <i>Musyarakah</i> Faktor promosi tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah minat nasabah dalam melakukan pembiayaan

		Prapat		<i>Musyarakah</i>
5.	Nurasni lubis (Institut Agama Islam Negeri Padangsidi mpuan, 2015)	Faktor- faktor yang mempengar uhi minat masyarakat kelurahan pasar kotanopan untuk menjadi nasabah di PT. PNM UlaMM syariah kotanopan	(x^1) faktor promosi (x^2) faktor angsuran pembiayaan (x^3) faktor pelayanan (Y) minat menjadi nasabah	Faktor promosi, angsuran pembiayaan dan pelayanan sama- sama berpengaruh terhadap minat masyarakat keluran pasar kotanopan untuk menjadi nasabah di PT. PNM UlaMM syariah kotanopan. Variabel yang lebih dominan berpengaruh adalah faktor pelayanan

Persamaan antara penelitian terdahulu diatas dengan judul peneliti adalah sebagai berikut:

Persamaan skripsi Atanasius Hardian Permana Yogiarto dengan peneliti terletak pada jenis penelitian dimana jenis penelitian Roni Andespa yaitu penelitian kuantitatif. sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel independennya dimana peneliti terdahulu menggunakan (X^1)faktor marketing mix (x^2)faktor budaya (x^3) faktor sosial (x^4) faktor pribadi (x^5) faktor psikologis (Y) minat menjadi nasabah. Sedangkan variabel penelitian ini adalah (x^1) faktor kualitas pelayanan (x^2) faktor pemasaran, faktor pengetahuan (x^3), faktor religiusitas (x^4).

Persamaan penelitian Roni Andespa dengan peneliti terletak pada jenis penelitian dimana jenis penelitiannya yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel penelitian, (x^1) faktor *marketing mix* (x^2) faktor budaya (x^3) faktor sosial (x^4) faktor pribadi (x^5) faktor psikologi. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (x^1) faktor kualitas pelayanan (x^2) faktor pemasaran (x^3) faktor pengetahuan (x^4) faktor religiusitas.

Persamaan penelitian Damayanti maisaroh dengan peneliti terletak pada jenis penelitiannya dimana yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel penelitian, (x^1) faktor sosial (x^2) faktor pribadi (x^3) faktor budaya (x^4) faktor psikologi (x^5) faktor lokasi (x^6) faktor produk (x^7) faktor fasilitas. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (x^1) faktor kualitas pelayanan (x^2) faktor pemasaran (x^3) faktor pengetahuan, (x^4) faktor religiusitas.

Persamaan penelitian Hardiana Kurnia Siregar dengan peneliti terletak pada jenis penelitiannya yang sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel penelitian, (x^1) faktor lokasi (x^2) faktor promosi. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (x^1) faktor kualitas pelayanan (x^2) faktor pemasaran, (x^3) faktor pengetahuan, (x^4) faktor religiusitas.

Persamaan penelitian Nurasni lubis dengan peneliti terletak pada jenis penelitiannya yang sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel penelitian, (x^1) faktor promosi (x^2) faktor angsuran pembiayaan (x^3) faktor pelayanan. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel (x^1) faktor kualitas pelayanan (x^2) faktor pemasaran (x^3) faktor pengetahuan, (x^4) faktor religiusitas.

Berdasarkan penjelasan persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan lima penelitian terdahulu diatas, dapat dipahami bahwa penelitian ini memiliki perbedaan baik dari segi variabel penelitiannya maupun objek penelitiannya.

C. Kerangka Pikir

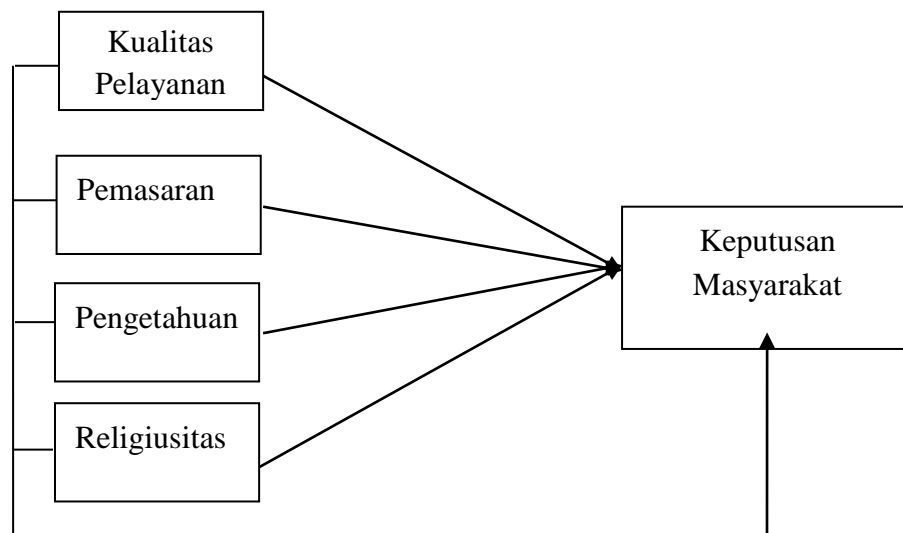
Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan antara variabel dalam suatu penelitian. Kerangka pikir diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis.²⁵ Kerangka pikir diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis. Inilah yang disebut dengan *logical construct*.

Didalam kerangka pikir ini akan didudukkan masalah penelitian yang telah didefenisikan dalam rangka teoritis yang relevan, yang mampu menangkap, menerangkan dan menunjuk perspektif terhadap masalah penelitian. Dalam penelitian yang berjudul “*Determinan keputusan*

²⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm.75.

masyarakat desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa bank syariah “
memiliki kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka pikir



D. Hipotesis penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto, hipotesis merupakan “dugaan, setelah dibuktikan melalui data yang dapat dipercaya keabsahannya lalu berubah status menjadi teas (kebenaran)”.²⁶Jadi dapat disimpulkan, hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

²⁶ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), hlm. 18.

Berdasarkan dari pengamatan dan penelitian atas permasalahan yang telah terjadi di atas maka peneliti mengemukakan dugaan sementara (Hipotesis) yaitu:

H_{01} = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.

H_{a1} = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.

H_{02} = Tidak terdapat pengaruh pemasaran terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.

H_{a2} = Terdapat pengaruh pemasaran terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.

H_{03} = Tidak terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.

H_{a3} = Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.

- H_{04} = Tidak terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.
- H_{a4} = Terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.
- H_{05} = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa bank syariah.
- H_{a5} = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Hutabargot Nauli Kecamatan Hutabargot Kabupaten Mandailing Natal. Lokasi tersebut peneliti pilih karena Desa Hutabargot Nauli merupakan Desa yang mayoritas Masyarakatnya beragama Islam tetapi masyarakatnya lebih memilih menggunakan jasa bank konvensional di bandingkan jasa bank syariah. Dan pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah masih sangat kurang. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Januari 2020 sampai dengan Desember 2020.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Dari segi tujuan, penelitian kuantitatif biasanya dipakai untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistis, untuk menunjukkan hubungan antara variabel, dan ada pula yang bersifat mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendeskripsikan banyak hal.¹

¹ Subana dan Sudrajat, *Dasar-dasar penelitian*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), hlm. 25.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto populasi adalah seluruh subjek penelitian yang akan diteliti.² Adapun populasi penelitian ini adalah jumlah masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang berjumlah 452 kepala keluarga.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³ Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi yang dilakukan peneliti adalah dengan berpedoman pada rumus *slovin*, yaitu:⁴

$$n = \frac{n}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditollelir atau diimnginkan.

$$n = \frac{452}{1 + 452(0,1)^2}$$

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 175.

³ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 116.

⁴ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: Raja Gravindo Persada, 2013), hlm.78.

$n = 81,88$ dibulatkan menjadi 82 orang.

Maka jumlah responden dalam penelitian ini adalah 82 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Aksidental (*Convenience Sampling*) yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti, dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat saja.⁵ Maka peneliti menentukan responden yang dapat memberi pernyataan atau pendapat dalam penelitian ini yaitu tidak hanya nasabah yang menggunakan jasa bank syariah tetapi menentukan sampel pada orang-orang yang dikenal atau pada seseorang yang kebetulan memahami tentang bank .

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Adapun yang dimaksud dengan data primer adalah:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil pengisian kuessioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.⁶ Data primer yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuessioner yang diberikan peneliti kepada masyarakat Desa Hutabargot Nauli.

⁵ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), hlm 19.

⁶ *Ibid.*, hlm 42.

2. Data Sekunder

Data skunder adalah segala sumber data pembantu yang digunakan sebaga pendukung dari data primer seperti buku, jurnal, artikel yang terkait dengan judul penelitian ini.

E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah riset lapangan. Riset lapangan adalah melakukan penelitian dilapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden yang berada di Desa Hutabargot Nauli. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Teknik ini menuntun adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lainnya. Observasi yang digunakan peneliti adalah observasi secara langsung yaitu observasi yang dilakukan peneliti lansung terjun ke Desa Hutabargot Nauli untuk mengamati jumlah penduduk Desa Hutabargot Nauli dan pekerjaan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang lain. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.⁷ Wawancara yang digunakan peneliti yaitu wawancara secara langsung dan terstruktur peneliti menyusun pertanyaan terlebih dahulu sebelum melakukan wawancara. Peneliti menggunakan metode wawancara setelah peneliti observasi terlebih dahulu.

Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai Bapak Ahmad Zulfandi Pulungan pada hari Selasa tanggal 24 Maret 2020 dan Ibu Nurhidayah Pardosi pada hari Rabu tanggal 25 Juli 2020 selaku masyarakat Desa Hutabargot Nauli.

3. Angket

Angket adalah daptar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Angket juga diajukan untuk mengumpulkan data melalui formuli-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada masyarakat.

⁷ Husein Umar. *Op. Cit.*, hlm. 51.

Angket yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan rumusan sebagai berikut:⁸

Angket dalam penelitian ini dibagikan kepada masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang merupakan tempat penelitian peneliti.

Tabel 3
Pengukuran Skala Ordinal

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

Tabel 4
Kisi-kisi Kusiner
Kualitas pelayanan (Variabel X₁)

No	Variabel X₁	Indikator	Nomor Pernyataan
1	Kualitas Pelayanan	a. Perhatian b. Keandalan c. Rasa tanggung jawab	1 dan 2 3 dan 4 5 dan 6

Tabel 7
Kisi-kisi Kusiner
Pemasaran(Variabel X₄)

No	Variabel X₄	Indikator	Nomor Pernyataan
1	Pemasaran	a. manajemen pemasaran b. pemasaran dalam islam	1 dan 2 1 dan 2

⁸Sugiono, *Op. Cit.*, hlm. 199

Tabel 6
Kisi-kisi Kusioner
Pengetahuan (Variabel X₃)

No	Variabel X₃	Indikator	Nomor Pernyataan
1	Pengetahuan	a. Media massa b. pendidikan c. pengalaman	1 dan 2 1 dan 2 1 dan 2

Tabel 5
Kisi-kisi Kusioner
Religiusitas (Variabel X₂)

No	Variabel X₂	Indikator	Nomor Pernyataan
1	Religiusitas	a. Prinsip kemitraan b. Prinsip keadilan c. Bisnis halal dengan tidak adanya unsur riba	1 dan 2 1 dan 2 1 dan 2

Tabel 8
Kisi-kisi Kusioner
Keputusan Masyarakat (Variabel Y)

No	Variabel Y	Indikator	Nomor Pernyataan
1	Keputusan Masyarakat	a. penenalan masalah b. pencarian informasi c. keputusan membeli d. perilaku pasca membeli	1 dan 2 1 dan 2 1 dan 2 1 dan 2

F. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitasi adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan suatu pengukur apa yang diukur.⁹

Uji validitas juga merupakan suatu skala pengukuran di sebut valid bila melakukan apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Uji validasi dilakukan dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 23.

Dasar pengambilan keputusan itu sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka variabel tersebut valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid.
- c. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ tapi berganda negatif, maka variabel tersebut tidak valid.

Adapun karakteristik dari uji validitas yaitu:

1. Validitas menunjuk pada hasil dari penggunaan instrument tersebut bukan pada instrumennya.
2. Validitas menunjukkan suatu derajat atau tingkatan.
3. Validitas instrument tidak berlaku umum.

⁹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Rised dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 46.

2. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan pengukur yang sama pula.¹⁰ Metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* yang dimana kuesioner dianggap reliabel apabila *alpha cronbach's* $> 0,60$.

- a. Reliabilitas merupakan milik dari satu set nilai tes, bukan milik tes itu sendiri, artinya suatu tes dikatakan baik apabila dapat menghasilkan skor yang cukup akurat.
- b. Suatu tes dikatakan reliabel jika dua buah tes dilakukan pada jarak waktu yang berbeda dan menunjukkan skor yang tidak jauh berbeda.
- c. Reliabilitas dapat dinyatakan untuk dua atau lebih pengukuran independen yang diperoleh dari tes yang sama untuk setiap anggota kelompok.

G. Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Untuk mengetahui uji normalitas data, digunakan metode *One*

¹⁰*ibid.*, hlm. 175.

Sampel Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05.

2. Uji Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono, statistik deskriptif adalah:

Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.¹¹

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan statistik data berupa *minimum, maksimum, mean, standar deviasi*, dan lain-lain.

Analisis deskriptif berupa untuk mendeskripsikan dengan lengkap dan akurat.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian yang dilakukan pada asumsi klasik terdiri dari uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas.

a) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah uji yang dilakukan terhadap masing-masing variabel independen yang terdapat dalam model regresi, apakah terdapat hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di atas variabel bebasnya.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm 80.

Metode untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1.¹²

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidak samaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas adalah menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu variabel pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat pada nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹³

4. **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen faktor kualitas pelayanan (X^1) faktor pemasaran (X^2) faktor pengetahuan (X^3) dan faktor religiusitas (X^4) terdapat variabel dependen yaitu keputusan masyarakat (Y) adapun bentuk persamaan

30. ¹² Dwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: CV Andi, 2014), hlm.

¹³ *Ibid.*, hlm.113.

regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:¹⁴

$$\hat{y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

\hat{y}	: Keputusan masyarakat
a	: Konstanta
b	: Koefisien regresi
X_1	: Kualita pelayanan
X_2	: Pemasaran
X_3	: Pengetahuan
X_4	: Religiusitas
e	: error

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinan sama dengan satu atau

¹⁴ Sugiono, *Op. Cit.*, hlm.277.

mendekati satu.¹⁵ Nilai terkecil koefisien determinan adalah nol dan terbesar adalah satu, sehingga dinyatakan $0 < R^2 < 1$.

b. Uji Signipikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.¹⁶

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh keputusan masyarakat desa hutabargot nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh keputusan masyarakat desa hutabargot nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.¹⁷

Berdasarkan signifikan:

Jika signifikansi $> 5\%$ maka H_0 diterima.

Jika signifikansi $< 5\%$ maka H_0 ditolak.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas/ independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat/dependen.¹⁸

¹⁵ Morisan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 349.

¹⁶ Mudjarad Kuncoro, *Op.Cit.*, hlm.238.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 79.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 239.

Ketentuan dalam uji f adalah jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_a ditolak dan H_0 diterima, sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak dan jika nilai sig $< 0,1$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Hutabargot Nauli adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Hutabargot, Kabupaten Mandailing Natal, yang dipimpin oleh seorang Kepala Desa yaitu bapak Ahmad Roihan. Adapun batas-batas Desa Hutabargot Nauli yaitu sebelah timur berbatasan dengan Desa Simalagi, sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Muara Batang Gadis, sebelah utara berbatasan dengan Desa Sayur Maincat dan Kecamatan Naga Juang, dan sebelah selatan berbatasan dengan Desa Hutabargot Setia.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek yang diteliti. Suatu data dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid. Nilai r_{hitung} dapat diperoleh menggunakan SPSS, sedangkan nilai r_{tabel} diperoleh dengan memperhatikan daftar tabel r dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% dengan derajat kebebasan $(df) = n - 2$, dimana n adalah jumlah sampel yang dalam penelitian ini $n = 82$ sehingga $df = 82 - 2 = 80$. Maka diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,2172$.

Sedangkan nilai r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Berikut ini tabel hasil validitas data yang diolah peneliti menggunakan SPSS Versi 23:

Tabel IV. 1
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal X_1 1	0,573	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan $df = 80$, pada taraf signifikansi 5% maka nilai $r_{tabel} = 0,2172$	Valid
Soal X_1 2	0,753		Valid
Soal X_1 3	0,772		Valid
Soal X_1 4	0,708		Valid
Soal X_1 5	0,717		Valid
Soal X_1 6	0,708		Valid
Soal X_1 7	0,700		Valid
Soal X_1 8	0,704		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan hasil tabel IV.1 uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, dan 8 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Pemasaran (X_2)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal X_2 1	0,529	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan $df = 80$, pada taraf signifikansi 5% maka nilai $r_{tabel} = 0,2172$	Valid
Soal X_2 2	0,739		Valid
Soal X_2 3	0,726		Valid
Soal X_2 4	0,758		Valid
Soal X_2 5	0,715		Valid
Soal X_2 6	0,727		Valid
Soal X_2 7	0,733		Valid
Soal X_2 8	0,749		Valid
Soal X_2 9	0,533		Valid
Soal X_2 10	0,702		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan hasil tabel IV. 2 uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, dan 10 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X_3)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal X_3 1	0,439	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan $df = 80$, pada taraf signifikansi 5% maka nilai $r_{tabel} = 0,2172$	Valid
Soal X_3 2	0,701		Valid
Soal X_3 3	0,768		Valid
Soal X_3 4	0,742		Valid
Soal X_3 5	0,716		Valid
Soal X_3 6	0,718		Valid
Soal X_3 7	0,740		Valid
Soal X_3 8	0,701		Valid
Soal X_3 9	0,703		Valid
Soal X_3 10	0,571		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan hasil tabel IV. 3 uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, dan 10 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV. 4
Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X_4)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal X_4 1	0,563	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan $df = 80$, pada taraf signifikansi 5% maka nilai $r_{tabel} = 0,2172$	Valid
Soal X_4 2	0,709		Valid
Soal X_4 3	0,736		Valid
Soal X_4 4	0,709		Valid
Soal X_4 5	0,716		Valid
Soal X_4 6	0,761		Valid
Soal X_4 7	0,701		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan hasil tabel IV. 4 uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, 6, dan 7 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV. 5
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Masyarakat (Y)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal Y 1	0,723	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan $df = 80$, pada taraf signifikansi 5% maka nilai $r_{tabel} = 0,2172$	Valid
Soal Y 2	0,743		Valid
Soal Y 3	0,727		Valid
Soal Y 4	0,510		Valid
Soal Y 5	0,709		Valid
Soal Y 6	0,738		Valid
Soal Y 7	0,730		Valid
Soal Y 8	0,711		Valid
Soal Y 9	0,752		Valid
Soal Y10	0,759		Valid
Soal Y11	0,217		Valid
Soal Y12	0,573		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan hasil tabel IV. 5 uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, dan 12 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Hasil penelitian disebut reliabel adalah bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini adalah teknik Alpha Cranbach. Teknik Alpha Cranbach digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian

reliabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan berskala ordinal atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap. Suatu variabel dianggap reliabel apabila *Cronbach's alpha* (α) > 0,60 (60%), sebaliknya jika *Cronbach's alpha* (α) < 0,60 (60%) maka variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel. Seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel, berikut ini tabel hasil uji reliabilitas penelitian ini:

Tabel IV. 6

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X_1)

<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of Items</i>
,772	9

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan hasil tabel IV.6 uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* kualitas pelayanan yaitu $0,772 > 0,60$. Dengan demikian variabel kualitas pelayanan dikatakan *reliable*.

Tabel IV. 7

Hasil Uji Reliabilitas Pemasaran (X_2)

<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of Items</i>
,767	11

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan hasil tabel IV.7 uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pemasaran yaitu $0,767 > 0,60$. Dengan demikian variabel pemasaran dikatakan *reliable*.

Tabel IV. 8**Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan (X₃)**

<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of Items</i>
,776	11

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan hasil tabel IV.8 uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pengetahuan yaitu $0,776 > 0,60$. Dengan demikian variabel pengetahuan dikatakan *reliable*.

Tabel IV. 9**Hasil Uji Reliabilitas Religiusitas (X₄)**

<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of Items</i>
,772	8

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan hasil tabel IV.9 uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* religiusitas yaitu $0,772 > 0,60$. Dengan demikian variabel religiusitas dikatakan *reliable*.

Tabel IV. 10**Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Masyarakat (Y)**

<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of Items</i>
,766	13

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan hasil tabel IV.10 uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* keputusan masyarakat yaitu $0,766 > 0,60$. Dengan demikian variabel keputusan masyarakat dikatakan *reliable*.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Adapun hipotesis yang di uji adalah sebagai berikut:

H_0 = Sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal

H_a = Sampel tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal peneliti

menguji normalitas dengan SPSS Versi 23 berdasarkan uji Kolmogorov

Smirnov. Dengan kriteria pengujian:

- Jika signifikansi yang diperoleh $> \alpha$ (signifikansi yang ditetapkan) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, atau dalam artian sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- Jika signifikansi yang diperoleh $< \alpha$ (signifikansi yang ditetapkan) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, atau dalam artian sampel tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Berikut ini hasil uji normalitas yang diolah peneliti:

Tabel IV.11
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
	N	82
Normal	Mean	.0000000
Parameter	Std. Deviation	.45402612
$s^{a,b}$		
Most	Absolute	.055
Extreme	Positive	.055

Differences	Negative	-.048
	Test Statistic	.055
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel IV.11 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas dengan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* test menunjukkan nilai signifikansi kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan, religiusitas, keputusan masyarakat sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi normalitas, artinya data kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan, religiusitas dan keputusan masyarakat berdistribusi normal.

3. Uji Analisis Deskriptif

Tabel IV.12
Hasil Uji Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
kualitas_pelayanan	82	23	40	32,01	3,879
Pemasaran	82	25	49	38,24	5,579
Pengetahuan	82	27	50	39,41	5,816
Religiusitas	82	20	35	28,48	3,879
keputusan_masyarakat	82	35	60	47,57	6,581
Valid N (listwise)	82				

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan statistik data berupa *mean*, *sum*, *standar deviasi*, dan lain-lain. Analisis deskriptif berupa untuk mendeskripsikan dengan lengkap dan akurat.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa N adalah jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 82 dan jumlah minimum variabel kualitas pelayanan 23 dan nilai maximum 40, mean 32,01 dan standar deviasi kualitas pelayanan sebesar 3,879.

Dan jumlah minimum variabel pemasaran 25 dan nilai maximum 49, mean 38,24 dan standar deviasi pemasaran sebesar 5,579.

jumlah minimum variabel pengetahuan 27 dan nilai maximum 50, mean 39,41 dan standar deviasi pengetahuan sebesar 5,816.

jumlah minimum variabel religiusitas 20 dan nilai maximum 35, mean 28,48 dan standar deviasi religiusitas sebesar 3,879.

Dan jumlah minimum variabel keputusan masyarakat 35 dan nilai maximum 60, mean 47,57 dan standar deviasi keputusan masyarakat sebesar 6,581.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas artinya adalah adanya hubungn linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel bebas dari model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10. Hasil uji multikolinearitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.13
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
kualitas_pelayanan	,936	1,069
Religiusitas	,903	1,107
Pengetahuan	,973	1,028
Pemasaran	,941	1,063

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel tersebut maka diperoleh nilai *tolerance* variabel kualitas pelayanan adalah $0,936 > 0,1$. Dan nilai *tolerance* variabel pemasaran adalah $0,941 > 0,1$. Nilai *tolerance* variabel pengetahuan adalah $0,973 > 0,1$. Sedangkan nilai *tolerance* religiusitas adalah $0,903 > 0,1$. Sehingga berdasarkan nilai *tolerance* disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan, religiusitas bebas dari multikolinearitas.

Berdasarkan nilai VIF variabel kualitas pelayanan adalah $1,069 < 10$, nilai VIF pemasaran adalah $1,063 < 10$, nilai VIF pengetahuan adalah $1,028 < 10$, nilai VIF religiusitas adalah $1,107 < 10$. Berdasarkan nilai VIF disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan, religiusitas bebas dari multikolinearitas.

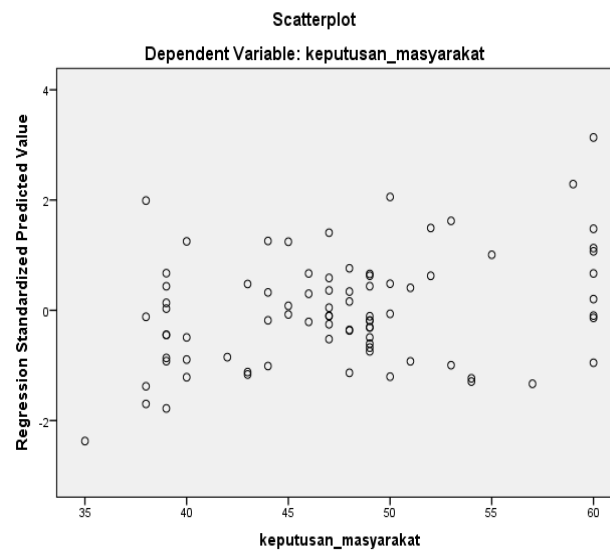
b. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidak samaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji

heteroskedasitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedasitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedasitas.

Gambar IV. 14
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan gambar tersebut tidak ditemukan pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (gelombang, melebur kemudian menyempit), sehingga disimpulkan tidak terjadi heteroskedasitas.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda (*multiple regression*) berguna untuk mencari pengaruh dua variabel prediktor atau mencari hubungan fungsional dua variabel prediktor atau lebih terhadap variabel kriteriumnya, atau untuk meramalkan dua variabel prediktor atau lebih terhadap variabel kriterium. Hasil uji analisis regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.15

**Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	45,090	9,881		4,563	,000
kualitas_pelayanan	-,286	,188	-,169	-1,525	,131
Pemasaran	,275	,130	,233	2,112	,038
Pengetahuan	,173	,123	,153	1,410	,163
Religiusitas	-,200	,216	-,105	-,928	,356

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai *unstandardized coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$\hat{y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

\hat{y} = Nilai prediksi variabel terikat (Keputusan Masyarakat)

a = Konstanta, yaitu nilai \hat{y} jika $X_1 X_2 X_3 X_4 = 0$

b = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Pemasaran

X_3 = Pengetahuan

X_4 = Religiusitas

e = *Standard error term*

$$\hat{y} = (45,090) + (-0,286)X_1 + (0,275)X_2 + (0,173) X_3 + -0,200) X_4 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta (a) adalah sebesar 45,090 satuan menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas diasumsikan 0 maka keputusan masyarakat Desa Huabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah sebesar 45,090 satuan.

b. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan adalah sebesar -0,286. Artinya jika kualitas pelayanan diasumsikan naik 1 satuan, sementara variabel lainnya tetap, maka keputusan masyarakat Desa Hautabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah meningkat sebesar 44,804%.

$$= 45,090 + -0,286$$

$$= 44,804 \text{ maka meningkat}$$

$$= 44,804 \times 100\% = 44,804\%$$

c. Nilai koefisien regresi pemasaran adalah sebesar 0,275. Artinya jika pemasaran diasumsikan naik 1 satuan, sementara variabel lainnya tetap, maka keputusan masyarakat Desa Hautabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah meningkat sebesar 45,365%.

$$= 45,090 + 0,275$$

= 45,365 maka meningkat

= $45,365 \times 100\% = 45,365\%$

- d. Nilai koefisien regresi pengetahuan adalah sebesar 0,173. Artinya jika pemasaran diasumsikan naik 1 satuan, sementara variabel lainnya tetap, maka keputusan masyarakat Desa Hautabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah meningkat sebesar 45,263%.

= $45,090 + 0,173$

= 45,263 maka meningkat

= $45,263 \times 100\% = 45,263\%$

- e. Nilai koefisien regresi religiusitas adalah sebesar -0,200. Artinya jika pemasaran diasumsikan naik 1 satuan, sementara variabel lainnya tetap, maka keputusan masyarakat Desa Hautabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah meingkat sebesar 44,89%.

= $45,090 + -0,200$

= 44,89 maka meningkats

= $44,89 \times 100\% = 44,89\%$

6. Uji Hipotesis

- a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur persentase total variasi dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi. Jika nilainya mendekati 1 maka model regresi semakin mendekati kecocokan dengan model yang sebenarnya

artinya ada hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas yang menjelaskannya. Hasil uji R^2 adalah sebagai berikut:

Tabel IV.16
Uji koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,341 ^a	,117	,071	6,344

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) = 0,071. Hubungan antara kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat berada pada integritas hubungan yang kuat, hal ini sesuai dengan tabel *R Square* sebesar 0,117 artinya kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas mampu menjelaskan keputusan masyarakat sebesar 11,7% sedangkan 88,3% (100 – 11,7) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

b. Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Nilai t_{tabel} dapat dicari pada $\alpha = 5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variabel, jadi $df = 82-5-1 = 76$, maka diperoleh nilai t_{tabel} 1,99167. Berikut ini tabel hasil uji t (parsial).

Tabel IV.17
Hasil Uji t (persial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	45,090	9,881		4,563	,000
kualitas_pelayanan	-,286	,188	-,169	-1,525	,131
Pemasaran	,275	,130	,233	2,112	,038
Pengetahuan	,173	,123	,153	1,410	,163
Religiusitas	-,200	,216	-,105	-,928	,356

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel tersebut dapat terlihat bahwa nilai t_{hitung} kualitas pelayanan (X_1) -1,525 Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-1,525 < 1,99167) maka H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah. Dan nilai t_{hitung} pemasaran (X_2) 2,112 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,112 > 1,99167) maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pemasaran terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah. Dan nilai t_{hitung} pengetahuan (X_3) 1,410 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,410 < 1,99167) maka H_{a3} ditolak dan H_{03} diterima, kesimpulannya bahwa tidak terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah. Dan nilai t_{hitung} religiusitas (X_4) -0,928 Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-

$0,928 < 1,99167$) maka H_{a4} ditolak dan H_{04} diterima, kesimpulannya bahwa tidak terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.

c. Uji F(Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama (Simultan) terhadap variabel terikat (Y). Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara bersama-sama (Simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y), dan sebaliknya.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara bersama-sama (Simultan) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Nilai F_{tabel} diperoleh dari tabel distribusi F untuk probabilitas 0,05, dengan derajat kebebasan (df) untuk pembilang (N_1) = k-1, dan df untuk penyebut (N_2) = n - k-1, k adalah jumlah parameter dalam persamaan (jumlah variabel penelitian), dan n adalah jumlah sampel. Sehingga dalam penelitian ini, df N_1 = 5 - 1 = 4, dan df N_2 = 82 - 5 - 1 = 76, yang berarti baris ke 76 dikolom ke 3 dan diperoleh nilai $F_{tabel} = 2,72$. Berikut ini tabel hasil uji F (Simultan):

Tabel IV.18
Hasil Uji F (simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	408,862	4	102,216	2,540	,046 ^b

Residual	3099,199	77	40,249		
Total	3508,061	81			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel tersebut nilai $F_{hitung} = 2,540 < F_{tabel} = 2,72$ maka H_{a5} ditolak dan H_{05} diterima dan signifikansi $< 0,05$ ($0,046 < 0,05$) dengan kata lain bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Determinan Keputusan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak Menggunakan Jasa Bank Syariah. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS Versi 23 di ketahui bahwa:

Berdasarkan hasil perhitungan *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,117. Hubungan antara kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat berada pada integritas hubungan yang kuat, hal ini sesuai dengan tabel *Adjusted R Square* sebesar 0,117 artinya kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas mampu menjelaskan keputusan masyarakat sebesar 11,7% sedangkan 88,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa bank syariah. Berdasarkan hasil

uji hipotesis yang dilakukan pada hipotesis pertama, tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat tidak menggunakan jasa Bank Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai $t_{hitung} = -1,525$ sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,525 < 1,99167$) maka H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak.

Hasil penelitian ini mendukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ade Sahreni Piliang yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa Bank Syariah.

2. Pengaruh pemasaran terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan pada hipotesis kedua, terdapat pengaruh antara pemasaran terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa Bank Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai $t_{hitung} = 2,112$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,112 > 1,99167$) maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.

Hasil penelitian ini mendukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Chusnul Chotimah yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa pemasaran berpengaruh terhadap keputusan masyarakat yang tidak menggunakan jasa Bank Syariah.

3. Pengaruh pengetahuan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan pada hipotesis ketiga, tidak terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap keputusan masyarakat yang tidak menggunakan jasa Bank Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai $t_{hitung} = 1,410$ sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,410 < 1,99125$) maka H_{a3} ditolak dan H_{03} diterima.

Hasil penelitian ini mendukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Muallifa yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat.

4. Pengaruh religiusitas tidak menggunakan jasa Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan pada hipotesis keempat, tidak terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap keputusan masyarakat tidak menggunakan jasa Bank Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai $t_{hitung} = -0,928$ Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,928 < 1,99125$) maka H_{a4} ditolak dan H_{04} diterima.

Hasil penelitian ini mendukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ika Septiana Wulandari yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat.

5. Pengaruh kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan, religiusitas masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan pada hipotesis, ternyata secara silmutan tidak terdapat pengaruh antara kulaitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan, religiusitas terhadap keputusan masyarakat Desa

Hutabargot Nauli yang tidak Menggunakan jasa Bank Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai F_{hitung} adalah sebesar $2,540 < F_{tabel} = 2,72$ maka H_{a5} ditolak dan H_{05} diterima dan signifikansi $< 0,05$ ($0,046 < 0,05$).

D. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang sedemikian rupa agar memperoleh hasil semaksimal mungkin. Namun dalam prosesnya untuk memperoleh hasil yang sempurna tidaklah mudah, sebab dalam penelitian ini, peneliti memiliki beberapa keterbatasan peneliti dalam penelitian ini:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan
2. Keterbatasan waktu, tenaga dan dana peneliti yang tidak mencukupi untuk penelitian yang lebih maksimal/ lanjut.
3. Dalam penyebaran angket, peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab pertanyaan yang diberikan peneliti.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Nilai konstanta (a) adalah sebesar 45,090 satuan menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas diasumsikan 0 maka keputusan masyarakat Desa Huabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah sebesar 45,090 satuan.

b. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan adalah sebesar -0,286. Artinya jika kualitas pelayanan diasumsikan naik 1 satuan, sementara variabel lainnya tetap, maka keputusan masyarakat Desa Hautabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah meningkat sebesar 44,804%.

$$= 45,090 + -0,286$$

$$= 44,804 \text{ maka meningkat}$$

$$= 44,804 \times 100\% = 44,804 \%$$

c. Nilai koefisien regresi pemasaran adalah sebesar 0,275. Artinya jika pemasaran diasumsikan naik 1 satuan, sementara variabel lainnya tetap,

maka keputusan masyarakat Desa Hautabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah meningkat sebesar 45,365%.

$$= 45,090 + 0,275$$

$$= 45,365 \text{ maka meningkat}$$

$$= 45,365 \times 100\% = 45,365\%$$

- d. Nilai koefisien regresi pengetahuan adalah sebesar 0,173. Artinya jika pemasaran diasumsikan naik 1 satuan, sementara variabel lainnya tetap, maka keputusan masyarakat Desa Hautabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah meningkat sebesar 45,263%.

$$= 45,090 + 0,173$$

$$= 45,263 \text{ maka meningkat}$$

$$= 45,263 \times 100\% = 45,263\%$$

- e. Nilai koefisien regresi religiusitas adalah sebesar -0,200. Artinya jika pemasaran diasumsikan naik 1 satuan, sementara variabel lainnya tetap, maka keputusan masyarakat Desa Hautabargot Nauli tidak menggunakan jasa Bank Syariah meingkat sebesar 44,89%.

$$= 45,090 + -0,200$$

$$= 44,89 \text{ maka meningkat}$$

$$= 44,89 \times 100\% = 44,89\%$$

2. Berdasarkan perhitungan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,117 artinya kolerasi antara variabel kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat terjadi hubungan yang kuat. Hal

ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan, dan religiusitas) terhadap variabel dependen (keputusan masyarakat) sebesar 0,117 atau (11,7%), sedangkan sisanya 88,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

3. Secara persial (uji t) kualitas pelayanan $t_{hitung} < t_{tabel}$ $-1,525 < 1,99167$ jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.
4. Secara persial (uji t) pemasaran nilai $t_{hitung} = 2,112$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,112 > 1,99167$ jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pemasaran terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.
5. Secara persial (uji t) pengetahuan nilai $t_{hitung} = 1,410$ sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ $1,410 < 1,99167$ jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.
6. Secara persial (uji t) religiusitas nilai $t_{hitung} = -0,928$ Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ $-0,928 < 1,99167$ jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli yang tidak menggunakan jasa bank syariah.

7. Secara persial (uji F) tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas secara silmutan terhadap keputusan masyarakat Desa Hutabargot Nauli tidak menggunakan Jasa Bank Syariah, hal tersebut dibuktikan dengan $F_{hitung} < F_{tabel} = 2,540 < 2,72$ maka H_{a5} ditolak dan H_{05} diterima dan signifikansi $< 0,05$ ($0,046 < 0,05$).

B. Saran

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

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, pemasaran, pengetahuan dan religiusitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa bank syariah. Sehingga berdasarkan hal tersebut peneliti menyarankan agar pihak bank syariah lebih memperhatikan kualitas pelayanan, religiusitas, pengetahuan dan pemasaran bank syariah. Hal ini perlu dilakukan mengingat tingkat persaingan di bidang perbankan akan semakin meningkat.
2. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk lebih mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan jasa bank syariah dan dapat melakukan perluasan sampel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Bustanuddin, *Agama Dalam Kehidupan Manusia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005
- Amini, *Perilaku Organisasi*, Bandung: Citapustaka Media, 2010
- Ancok Djamaluddin dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-problem Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005
- Arikunto Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010
- Baharuddin dan Buyung Ali, *Metode Studi Islam*, Bandung: Cipta Pustaka Media, 2005
- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu, 2013
- Hakim Atang Abd dan Jaih Mubarak, *Metodologi Studi Islam*, Bandung: Remaja Rosdarkarya, 1999
- Hasan Abdul Halim, *Tafsir Al-Ahkam Edisi ke-1*, Jakarta: Kencana 2011
- Hasibuan Abdul Nasser, “ Konsep Pemasaran Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Di Kabupaten Tapanuli Selatan” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Vol.6, No.2 Tahun, 2018.
- Hasibuan Malayu S.P, *Dasar-Dasar Perbankan* , Jakarta: Bumi Aksara, 2005
- Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Zulfandi Pulungan, (Masyarakat Desa Hutabargot Nauli), Sabtu 24 Maret 2020 Pukul 13.45 WIB.
- Hasil Wawancara dengan Ibu Nurhidayah Pardosi, (Masyarakat Desa Hutabargot Nauli), Rabu 25 Juni 2020 Pukul 15.04 WIB.
- Kahf Monzer, *Ekonomi Islam, (Telaah Analiting Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995

- Karomah Hidayatul, *Hubungan Pengetahuan Ibu Dalam Penerapan Toiler Training Pada Usia Toddler*, Karawang: La Ode Ahmad, 2015
- Kuncoro Mudrajad, *Metode Rised dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2003
- Maksum Ali, *Pengantar Filsafat Dari Masa Klasik Hingga Posmodernisasi*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014
- _____ *Manajemen pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 2000
- Mdjab Muhalli Ahmad dan Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadis-Hadis Muttafaq' Alaih*, Jakarta: Kencana 2004
- _____ *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Morisan, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana, 2012
- Muchtar Bustari DKK, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Kencana, 2016
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008
- Nofinawati, " Akat dan Produk Perbankan Syariah" *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, Vol.08,No.2 Tahun, 2014
- _____ *PeriklananKomunikasiPemasaranTerpadu*, Jakarta: Kencana, 2010
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 13thEd. Ke-13 (New Jersey: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008). Terjemahan: Bob Sabran Manajemen Pemasaran, Jakarta: Erlangga,2008
- Priyatno Dwi, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV Andi, 2014
- _____ *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Setiadi Nugroho J, *PerilakuKonsumen* Jakarta: Kencana, 2010
- Siregar Syofian, *Statistik Parametrik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014

Sogiono, *Metode Penelitian Bisnis* , Bandung: Alfabeta, 2012

Subana dan Sudrajat, *Dasar-dasar penelitian*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2001

Sutanto Herry dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013

Umam Khaerul, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013

Umar Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013

Lampiran 3 Data Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan

No Responden	Soal								Total X1
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	5	4	3	4	4	4	4	32
2	5	4	5	4	4	3	4	3	32
3	4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	3	4	4	4	3	4	4	3	29
6	4	4	4	5	4	4	4	4	33
7	5	4	5	4	4	4	3	4	33
8	4	5	4	4	4	4	3	3	31
9	4	4	4	4	4	3	3	5	31
10	3	4	4	4	3	4	3	3	28
11	5	4	4	3	4	4	5	5	34
12	4	4	4	4	4	5	5	5	35
13	4	4	4	4	4	5	5	5	35
14	4	3	3	3	3	3	4	5	28
15	4	4	4	3	4	3	3	3	28
16	5	5	4	4	3	4	5	4	34
17	4	4	4	4	4	4	4	3	31
18	3	4	4	4	4	4	3	4	30
19	4	4	4	4	4	4	5	5	34
20	4	4	4	4	4	4	5	5	34
21	4	4	4	3	4	3	5	4	31
22	4	4	5	4	3	4	4	3	31
23	3	4	4	4	4	4	4	5	32
24	5	5	5	5	4	3	5	5	37
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	4	4	4	4	5	33
28	4	4	5	3	4	5	5	5	35
29	5	4	4	4	4	4	4	3	32
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	3	4	4	4	4	3	3	3	28
32	4	4	4	4	4	4	5	5	34
33	4	4	5	3	4	4	5	5	34
34	4	4	4	4	4	4	5	3	32
35	5	5	4	4	3	3	5	5	34
36	4	4	4	4	4	4	5	5	34
37	4	4	4	4	4	4	5	3	32
38	4	5	4	4	4	4	4	5	34

Lampiran 4 Data Jawaban Kuesioner Variabel Pemasaran

No Responden	Soal										Total X5
	5	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48
2	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	33
3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	34
5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	44
6	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	44
7	5	3	3	3	4	4	5	3	3	3	36
8	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	41
9	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	38
10	5	5	5	5	4	3	5	4	2	3	41
11	5	5	5	4	3	4	4	4	3	2	39
12	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	44
13	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	35
14	5	5	5	3	2	3	2	4	4	2	35
15	5	5	4	5	4	2	3	3	4	4	39
16	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
17	5	5	5	3	4	3	2	2	2	2	33
18	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	37
19	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
20	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
21	4	5	5	3	3	4	2	2	2	2	32
22	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	34
23	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	45
24	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	43
25	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	34
26	4	5	4	4	2	3	3	3	4	4	36
27	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	41
28	5	5	4	4	4	3	5	3	3	3	39
29	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	29
30	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34
31	5	5	5	3	3	4	4	4	3	5	41
32	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	38
33	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
34	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	36
35	5	4	5	5	4	2	3	3	3	3	37
36	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	35
37	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	45
38	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37

80	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
82	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	44

Lampiran 5 Data Jawaban Kuesioner Variabel Pengetahuan

No Responden	Soal										Total X3
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
2	4	3	3	4	5	3	3	4	3	3	35
3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	43
6	5	2	3	4	5	3	4	2	2	4	34
7	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	36
8	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
9	5	4	3	2	3	4	2	2	3	3	31
10	4	4	4	4	4	5	2	3	3	3	36
11	5	4	4	4	5	5	3	5	4	3	42
12	4	4	4	2	3	5	2	3	3	3	33
13	4	4	4	4	4	5	4	2	3	3	37
14	5	3	3	3	3	3	3	4	2	4	33
15	4	4	4	4	3	5	2	5	3	5	39
16	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
17	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	38
18	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
19	5	3	3	3	3	3	2	2	2	4	30
20	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	34
21	4	2	4	4	4	3	3	2	4	4	34
22	5	5	2	4	3	4	2	3	5	5	38
23	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	38
24	4	4	4	4	3	3	3	5	4	3	37
25	4	4	3	3	3	3	2	5	3	4	34
26	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	42
27	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	40
28	4	2	2	2	3	3	3	2	3	3	27
29	5	5	4	3	4	4	4	3	4	3	39
30	4	4	3	2	3	3	3	3	5	4	34
31	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	43
32	5	4	4	4	5	3	3	3	4	4	39
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	5	5	3	2	3	3	2	2	2	4	31
35	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
38	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	37

39	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	34
40	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	38
41	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	44
42	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	46
43	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	41
44	5	5	4	4	5	5	3	3	3	3	40
45	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
46	4	4	4	4	4	3	3	3	2	5	36
47	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
48	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	38
49	4	4	4	4	3	3	2	4	5	5	38
50	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	46
51	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	36
52	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	38
53	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	38
54	5	5	5	5	5	4	2	3	3	3	40
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
57	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
58	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
59	4	2	2	4	4	3	3	2	3	3	30
60	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	35
63	5	2	2	4	4	3	3	3	3	3	32
64	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
65	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	29
66	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
67	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	46
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
71	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
73	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
74	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	44
75	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	45
76	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	33
77	4	2	2	2	3	5	2	4	4	4	32
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47

Lampiran 6 Data Jawaban Kuesioner Variabel Religiusitas

No Responden	Soal							Total X2
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	4	5	5	5	5	32
2	4	3	4	4	4	4	4	27
3	4	4	4	4	5	3	3	27
4	4	5	4	4	4	5	5	31
5	4	4	5	4	4	4	3	28
6	3	4	4	4	4	5	4	28
7	4	4	4	4	3	3	3	25
8	5	5	5	5	5	4	4	33
9	4	4	5	4	5	5	5	32
10	4	4	4	4	5	3	4	28
11	4	5	4	3	5	4	3	28
12	3	4	4	4	5	5	5	30
13	4	3	5	4	4	4	4	28
14	4	4	4	4	5	5	5	31
15	4	4	5	5	4	4	4	30
16	4	4	4	4	5	5	5	31
17	3	4	4	3	4	3	4	25
18	3	5	3	4	5	4	3	27
19	4	4	4	4	4	5	3	28
20	4	4	5	5	5	3	4	30
21	4	4	4	3	5	4	4	28
22	3	5	4	3	4	3	3	25
23	3	5	5	5	4	3	3	28
24	4	3	4	4	4	5	3	27
25	3	4	5	5	3	5	3	28
26	4	5	4	4	4	5	4	30
27	3	4	4	4	3	4	4	26
28	4	4	4	4	5	3	4	28
29	4	4	4	4	3	5	4	28
30	3	3	4	3	3	3	3	22
31	4	4	4	5	3	3	4	27
32	3	4	4	4	4	4	4	27
33	4	4	5	4	5	5	5	32
34	3	3	4	4	3	3	4	24
35	4	4	4	4	4	4	5	29
36	3	4	4	5	5	5	4	30
37	4	5	5	5	3	5	5	32
38	3	5	5	5	5	5	5	33

39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	3	4	4	4	4	3	5	27
41	4	4	4	4	3	4	3	26
42	3	4	5	3	5	5	4	29
43	4	4	4	4	4	4	5	29
44	3	4	4	4	5	5	5	30
45	3	4	4	4	5	4	3	27
46	3	4	4	4	5	5	5	30
47	4	4	4	4	5	5	5	31
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	4	4	5	3	3	27
50	5	5	5	5	5	5	5	35
51	4	4	5	3	5	5	5	31
52	4	4	5	4	4	4	4	29
53	4	4	4	4	5	3	3	27
54	4	4	4	4	4	5	5	30
55	4	4	4	4	3	2	5	26
56	5	5	5	5	5	5	5	35
57	4	4	4	4	3	3	3	25
58	4	5	4	4	4	4	4	29
59	4	3	4	4	3	3	3	24
60	4	4	5	5	5	5	5	33
61	4	3	4	4	3	3	3	24
62	3	3	3	3	3	2	3	20
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	3	4	4	4	5	5	5	30
65	5	5	5	5	5	5	5	35
66	4	4	4	4	5	5	5	31
67	4	4	4	4	4	4	4	28
68	3	4	4	4	4	4	4	27
69	5	4	4	4	4	4	4	29
70	5	5	5	5	5	5	5	35
71	3	5	5	5	5	5	5	33
72	3	3	3	3	3	3	3	21
73	4	4	4	4	4	4	4	28
74	4	4	4	3	3	3	3	24
75	3	4	4	4	4	4	4	27
76	3	3	3	3	3	3	3	21
77	3	3	3	3	3	3	3	21
78	4	4	4	4	5	4	3	28
79	5	5	5	5	5	5	5	35

80	3	3	3	3	3	4	4	23
81	5	5	5	5	5	5	3	33
82	5	5	5	5	5	5	5	35

Lampiran 7 Data Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Masyarakat

No Responden	Soal												Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	5	3	3	5	3	5	5	5	4	5	5	5	53
2	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	42
3	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	50
5	4	4	4	5	3	3	3	3	3	5	5	5	47
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
7	4	4	4	5	4	4	4	5	2	4	4	4	48
8	5	4	4	5	4	4	4	2	4	4	3	5	48
9	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	39
10	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
11	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
12	3	3	3	5	4	4	5	2	5	5	5	5	49
13	3	3	3	5	4	2	4	2	2	3	4	4	39
14	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
15	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	39
16	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	51
17	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
18	4	4	4	5	2	2	3	4	4	4	4	4	44
19	3	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	5	39
20	4	4	5	4	2	4	5	4	4	4	3	4	47
21	4	4	3	4	4	5	4	2	2	4	4	4	44
22	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	49
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
25	5	2	4	4	4	2	4	3	2	3	3	4	40
26	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	46
27	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	43
28	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	50
29	4	4	4	4	2	4	3	4	2	4	4	4	43
30	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	5	49
31	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	44
32	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	49
33	4	2	4	5	4	4	3	4	4	3	2	4	43
34	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
36	3	3	3	4	3	5	3	2	3	3	3	4	39
37	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	50
38	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	53

39	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	38
40	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	48
41	3	4	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	50
42	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
43	4	5	5	5	2	2	3	3	3	3	5	5	45
44	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	52
45	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	5	52
46	5	2	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	47
47	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
49	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	49
50	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	5	40
51	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	48
52	3	3	5	4	3	2	4	2	3	3	3	4	39
53	4	4	4	5	2	2	5	4	4	4	2	5	45
54	4	4	3	5	4	4	4	2	4	4	4	5	47
55	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	3	4	49
56	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	51
57	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	5	40
58	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	57
59	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	55
60	4	4	4	5	4	4	5	2	4	4	4	5	49
61	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	44
62	4	2	3	4	4	3	3	3	2	4	2	4	38
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
65	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	38
66	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
67	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	54
68	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	39
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
71	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	38
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
73	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	4	35
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
75	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	2	5	47
76	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	39
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
78	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
79	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	4	4	39

. Hasil Uji Reliabilitas

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	9

2. Variabel Pemasaran

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,767	11

3. Variabel Pengetahuan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,766	11

4. Variabel Religiusitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	8

5. Variabel Keputusan Masyarakat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,766	13

B. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,44737621
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,092
	Negative	-,053
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,085 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

D. Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
kualitas_pelayanan	82	23	40	32,01	3,879
pemasaran	82	25	49	38,24	5,579
pengetahuan	82	27	50	39,41	5,816
religiusitas	82	20	35	28,48	3,436
keputusan_masyarakat	82	35	60	47,57	6,581
Valid N (listwise)	82				

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

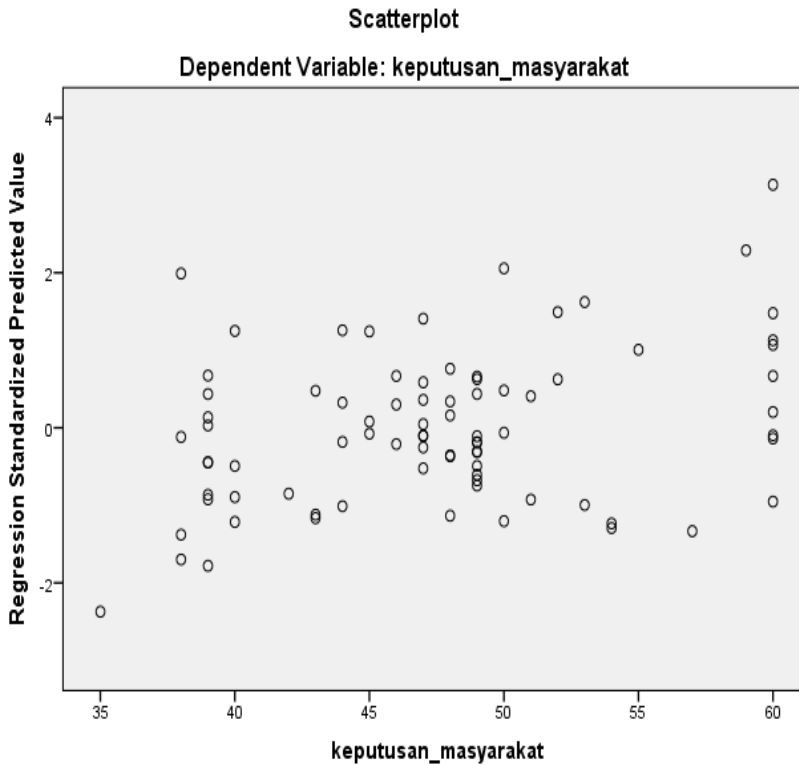
1. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	kualitas_pelayanan	,936	1,069
	Pemasaran	,941	1,063
	Pengetahuan	,973	1,028
	Religiusitas	,903	1,107

a. Dependent Variable: keputusan_masyarakat

2. Uji Heteroskedastisitas



F. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45,090	9,881		4,563	,000
	kualitas_pelayanan	-,286	,188	-,169	-1,525	,131
	Pemasaran	,275	,130	,233	2,112	,038
	pengetahuan	,173	,123	,153	1,410	,163
	Religiusitas	-,200	,216	-,105	-,928	,356

a. Dependent Variable: keputusan_masyarakat

G. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,341 ^a	,117	,071	6,344

a. Predictors: (Constant), pemasaran, pengetahuan, kualitas_pelayanan, religiusitas

b. Dependent Variable: keputusan_masyarakat

1. Uji t (persial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45,090	9,881		4,563	,000
	kualitas_pelayanan	-,286	,188	-,169	-1,525	,131
	Pemasaran	,275	,130	,233	2,112	,038
	Pengetahuan	,173	,123	,153	1,410	,163
	Religiusitas	-,200	,216	-,105	-,928	,356

a. Dependent Variable: keputusan_masyarakat

2. Uji F (simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	408,862	4	102,216	2,540	,046 ^b
	Residual	3099,199	77	40,249		
	Total	3508,061	81			

a. Dependent Variable: keputusan_masyarakat

b. Predictors: (Constant), pemasaran, pengetahuan, kualitas_pelayanan, religiusitas

Correlations

		soal_1	soal_2	soal_3	soal_4	soal_5	soal_6	soal_7	soal_8	total_x1
soal_1	Pearson Correlation	1	,389**	,395**	,262*	,271*	,197	,399**	,333**	,573**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,017	,014	,076	,000	,002	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_2	Pearson Correlation	,389**	1	,687**	,575**	,572**	,421**	,335**	,371**	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,002	,001	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_3	Pearson Correlation	,395**	,687**	1	,714**	,728**	,426**	,293**	,267*	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,007	,015	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_4	Pearson Correlation	,262*	,575**	,714**	1	,650**	,438**	,234*	,269*	,708**
	Sig. (2-tailed)	,017	,000	,000		,000	,000	,034	,015	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_5	Pearson Correlation	,271*	,572**	,728**	,650**	1	,430**	,244*	,315**	,717**
	Sig. (2-tailed)	,014	,000	,000	,000		,000	,027	,004	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_6	Pearson Correlation	,197	,421**	,426**	,438**	,430**	1	,556**	,500**	,708**
	Sig. (2-tailed)	,076	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_7	Pearson Correlation	,399**	,335**	,293**	,234*	,244*	,556**	1	,681**	,700**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,007	,034	,027	,000		,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_8	Pearson Correlation	,333**	,371**	,267*	,269*	,315**	,500**	,681**	1	,704**
	Sig. (2-tailed)	,002	,001	,015	,015	,004	,000	,000		,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
total_x1	Pearson Correlation	,573**	,753**	,772**	,708**	,717**	,708**	,700**	,704**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

Correlations

		soal_1	soal_2	soal_3	soal_4	soal_5	soal_6	soal_7	soal_8	soal_9	soal_10	total_x2
soal_1	Pearson Correlation	1	,435**	,421**	,423**	,328**	,261*	,291**	,329**	,161	,350**	,529**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,003	,018	,008	,003	,150	,001	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_2	Pearson Correlation	,435**	1	,872**	,662**	,493**	,487**	,373**	,412**	,221*	,388**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,001	,000	,046	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_3	Pearson Correlation	,421**	,872**	1	,694**	,491**	,483**	,368**	,421**	,197	,315**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,001	,000	,076	,004	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_4	Pearson Correlation	,423**	,662**	,694**	1	,624**	,468**	,461**	,407**	,229*	,384**	,758**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,039	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_5	Pearson Correlation	,328**	,493**	,491**	,624**	1	,621**	,478**	,351**	,164	,309**	,715**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000		,000	,000	,001	,141	,005	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_6	Pearson Correlation	,261*	,487**	,483**	,468**	,621**	1	,593**	,448**	,231*	,296**	,727**
	Sig. (2-tailed)	,018	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,037	,007	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_7	Pearson Correlation	,291**	,373**	,368**	,461**	,478**	,593**	1	,538**	,288**	,449**	,733**
	Sig. (2-tailed)	,008	,001	,001	,000	,000	,000		,000	,009	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_8	Pearson Correlation	,329**	,412**	,421**	,407**	,351**	,448**	,538**	1	,547**	,658**	,749**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_9	Pearson Correlation	,161	,221*	,197	,229*	,164	,231*	,288**	,547**	1	,629**	,533**
	Sig. (2-tailed)	,150	,046	,076	,039	,141	,037	,009	,000		,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_10	Pearson Correlation	,350**	,388**	,315**	,384**	,309**	,296**	,449**	,658**	,629**	1	,702**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,004	,000	,005	,007	,000	,000	,000		,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
total_x2	Pearson Correlation	,529**	,739**	,726**	,758**	,715**	,727**	,733**	,749**	,533**	,702**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

Correlations

		soal_1	soal_2	soal_3	soal_4	soal_5	soal_6	soal_7	soal_8	soal_9	soal_10	total_x3
soal_1	Pearson Correlation	1	,439**	,336**	,379**	,386**	,191	,276*	,116	,134	,122	,439**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000	,000	,085	,012	,299	,229	,274	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_2	Pearson Correlation	,439**	1	,749**	,508**	,368**	,459**	,369**	,351**	,375**	,246*	,701**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000	,001	,001	,001	,026	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_3	Pearson Correlation	,336**	,749**	1	,746**	,580**	,513**	,483**	,342**	,333**	,217*	,768**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,000	,000	,000	,002	,002	,050	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_4	Pearson Correlation	,379**	,508**	,746**	1	,698**	,437**	,516**	,325**	,322**	,231*	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,003	,003	,037	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_5	Pearson Correlation	,386**	,368**	,580**	,698**	1	,568**	,570**	,332**	,310**	,185	,716**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,002	,005	,097	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_6	Pearson Correlation	,191	,459**	,513**	,437**	,568**	1	,485**	,452**	,440**	,314**	,718**
	Sig. (2-tailed)	,085	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,004	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_7	Pearson Correlation	,276*	,369**	,483**	,516**	,570**	,485**	1	,458**	,449**	,331**	,740**
	Sig. (2-tailed)	,012	,001	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,002	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_8	Pearson Correlation	,116	,351**	,342**	,325**	,332**	,452**	,458**	1	,638**	,530**	,701**
	Sig. (2-tailed)	,299	,001	,002	,003	,002	,000	,000		,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_9	Pearson Correlation	,134	,375**	,333**	,322**	,310**	,440**	,449**	,638**	1	,625**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,229	,001	,002	,003	,005	,000	,000	,000		,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_10	Pearson Correlation	,122	,246*	,217*	,231*	,185	,314**	,331**	,530**	,625**	1	,571**
	Sig. (2-tailed)	,274	,026	,050	,037	,097	,004	,002	,000	,000		,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
total_x3	Pearson Correlation	,439**	,701**	,768**	,742**	,716**	,718**	,740**	,701**	,703**	,571**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

Correlations

		soal_1	soal_2	soal_3	soal_4	soal_5	soal_6	soal_7	total_x4
soal_1	Pearson Correlation	1	,368**	,446**	,419**	,264*	,220*	,210	,563**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,016	,047	,058	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_2	Pearson Correlation	,368**	1	,501**	,509**	,481**	,409**	,323**	,709**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,000	,000	,003	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_3	Pearson Correlation	,446**	,501**	1	,626**	,400**	,439**	,364**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,001	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_4	Pearson Correlation	,419**	,509**	,626**	1	,316**	,396**	,362**	,709**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,004	,000	,001	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_5	Pearson Correlation	,264*	,481**	,400**	,316**	1	,505**	,429**	,716**
	Sig. (2-tailed)	,016	,000	,000	,004		,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_6	Pearson Correlation	,220*	,409**	,439**	,396**	,505**	1	,575**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,047	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_7	Pearson Correlation	,210	,323**	,364**	,362**	,429**	,575**	1	,701**
	Sig. (2-tailed)	,058	,003	,001	,001	,000	,000		,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
total_x4	Pearson Correlation	,563**	,709**	,736**	,709**	,716**	,761**	,701**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

Correlations

		soal_1	soal_2	soal_3	soal_4	soal_5	soal_6	soal_7	soal_8	soal_9	soal_10	soal_11	soal_12	total_y
soal_1	Pearson Correlation	1	,479**	,616**	,289**	,481**	,471**	,448**	,524**	,502**	,542**	,419**	,287**	,723**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,008	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,009	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_2	Pearson Correlation	,479**	1	,664**	,403**	,374**	,456**	,441**	,430**	,463**	,530**	,537**	,486**	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_3	Pearson Correlation	,616**	,664**	1	,361**	,430**	,413**	,470**	,528**	,480**	,440**	,388**	,335**	,727**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_4	Pearson Correlation	,289**	,403**	,361**	1	,283**	,234*	,331**	,235*	,317**	,357**	,339**	,535**	,510**
	Sig. (2-tailed)	,008	,000	,001		,010	,034	,002	,033	,004	,001	,002	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_5	Pearson Correlation	,481**	,374**	,430**	,283**	1	,708**	,464**	,491**	,454**	,435**	,455**	,290**	,709**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,010		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,008	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_6	Pearson Correlation	,471**	,456**	,413**	,234*	,708**	1	,497**	,502**	,478**	,520**	,459**	,313**	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,034	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,004	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_7	Pearson Correlation	,448**	,441**	,470**	,331**	,464**	,497**	1	,438**	,584**	,544**	,476**	,449**	,730**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_8	Pearson Correlation	,524**	,430**	,528**	,235*	,491**	,502**	,438**	1	,486**	,437**	,466**	,258*	,711**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,033	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,019	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_9	Pearson Correlation	,502**	,463**	,480**	,317**	,454**	,478**	,584**	,486**	1	,637**	,462**	,407**	,752**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,004	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_10	Pearson Correlation	,542**	,530**	,440**	,357**	,435**	,520**	,544**	,437**	,637**	1	,546**	,394**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_11	Pearson Correlation	,419**	,537**	,388**	,339**	,455**	,459**	,476**	,466**	,462**	,546**	1	,411**	,717**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
soal_12	Pearson Correlation	,287**	,486**	,335**	,535**	,290**	,313**	,449**	,258*	,407**	,394**	,411**	1	,573**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000	,002	,000	,008	,004	,000	,019	,000	,000	,000		,000

N		82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
total_y	Pearson Correlation	,723**	,743**	,727**	,510**	,709**	,738**	,730**	,711**	,752**	,759**	,717**	,573**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : H. Ali Hardana, M.Si.

NIDN : 20011301801

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Determinan Keputusan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli Menggunakan Jasa Bank Syariah”.

Yang disusun oleh:

Nama : Evi Sumarni

Nim : 16 401 00292

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

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

Padangsidempuan, Oktober 2020

Validator

H. Ali Hardana, M.Si.

NIDN. 200113018301

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PELAYANAN

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Perhatian	1, 2 dan 3			
Keandalan	4			
Rasa tanggung jawab	5, 6, 7 dan 8			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Oktober 2020

Validator

H. Ali Hardana, M.Si.

NIDN. 200113018301

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET RELIGIUSITAS**

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Prinsip kemitraan	1			
Prinsip keadilan	2			
Bisnis halal dengan tidak adanya unsur riba	3, 4, 5, 6 dan 7			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Oktober 2020

Validator

H. Ali Hardana, M.Si.

NIDN. 200113018301

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET PENGETAHUAN**

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Media massa	1,2			
Pendidikan	3 dan 4			
Pengalaman	5, 6,7, 8, 9 dan 10			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Oktober 2020

Validator

H. Ali Hardana, M.Si.

NIDN. 200113018301

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET PEMASARAN**

Petunjuk :

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

• • Indikator	No Soal	V	VR	TV
• Manajemen pemasaran	1, 2 dan 3			
• Pemasaran dalam islam	4, 5, 6, 7, 8, 9 dan 10			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpun, Oktober 2020

Validator

H. Ali Hardana, M.Si.

NIDN. 200113018301

LEMBAR VALIDASI
ANGKE KEPUTUSAN MASYARAKAT

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Penalaan masalah	1 dan 2			
Pencarian informai	3, 4 dan 5			
Keputusan membeli	6 dan 7			
Perilaku pasca membeli	8, 9, 10, 11 dan 12			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, Oktober 2020
Validator

H. Ali Hardana, M.Si.
NIDN. 200113018301

Panyabungan, Oktober 2020

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i responden

Di Tempat

Assalamu 'alaikum, Wr.Wb.

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dengan hormat, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah, dengan judul **“Determinan Keputusan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli Menggunakan Jasa Bank Syariah”**.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu membantu saya mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Evi Sumarni
NIM. 1640100292

A. Identitas Responden

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin : Perempuan Laki-laki
Pekerjaan :
Pendidikan : SD SMP
SMA S1
Lama menabung : < 1 Tahun > 1 Tahun

B. Petunjuk Pengisian

- Berikan *cheklis* (\checkmark) pada setiap jawaban anda.
- Setiap pernyataan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
 - SS = Sangat Setuju (5)
 - S = Setuju (4)
 - KS = Kurang Setuju (3)
 - TS = Tidak Setuju (2)
 - STS = Sangat Tidak Setuju (1)

C. DAFTAR PERTANYAAN

- Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan Bank Syariah memberikan informasi yang cukup jelas.					
2	Sikap ramah yang diberikan karyawan bank dalam melayani nasabah sudah baik.					
3	Bank selalu sigap dan tanggap dalam melayani nasabah.					
4	Karyawan Bank Syariah memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada nasabah.					
5	Bank antusias dalam menanggapi dan memahami keluhan-keluhan nasabah.					
6	Karyawan Bank Syariah tidak memberikan informasi yang cukup jelas.					
7	Saya senang karena karyawan					

	Bank Syariah bersikap ramah dan melayani sesuai dengan standar layanan yang berlaku.					
8	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan staf karyawan Bank Syariah.					

2. Variabel Pemasaran (X_2)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Bank Syariah memiliki citra yang positif di kalangan masyarakat.					
2	Walaupun saya sudah mengetahui Bank Syariah dari cara pemasarannya tetapi saya belum tertarik menggunakan jasa Bank Syariah.					
3	Saya setuju bahwa iklan dan pemasaran Bank Syariah sangat banyak.					
4	Saya tertarik menggunakan jasa Bank Syariah setelah melihat cara pemasarannya yang sesuai dengan syariat islam.					
5	Karyawan Bank Syariah sering melakukan pemasaran secara langsung kepada masyarakat.					
6	Manurut saya, informasi Bank Syariah lengkap dimedia massa dan elektronik.					
7	Setelah menyaksikan iklan tentang Bank Syariah, saya memiliki sikap bahwa Bank Syariah mampu memenuhi kebutuhan saya.					
8	Iklan Bank Syariah mampu menciptakan keyakinan kepada saya bahwa produk Bank Syariah lah yang terbaik.					
9	Saya mengenal Bank Syariah melalui kunjungan langsung yang dilakukan oleh staf marketing.					
10	Sebelum menyaksikan iklan tentang Bank Syariah, saya tidak mengetahui produk dan jasa Bank Syariah.					

3. Variabel Pengetahuan (X_3)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Fatwa MUI telah mengharamkan Bank Konvensional dan menghalalkan Bank Syariah.					
2	Bank Syariah jarang diberitakan oleh media.					
3	Karyawan Bank Syariah memiliki pengetahuan tentang Bank Syariah.					
4	Setelah mempelajari Perbankan Syariah, saya tertarik untuk menggunakan Bank Syariah.					
5	Prinsip syariah hanya terletak pada merek bukan pada kegiatan operasionalnya.					
6	Bank Syariah memiliki perbedaan dengan Bank Konvensional.					
7	Kehadiran Bank Syariah tidak mempengaruhi sosial budaya masyarakat.					
8	Bank Syariah tidak mudah terkena dampak krisis.					
9	Menabung di Bank Syariah lebih menguntungkan dibandingkan menabung di Bank konvensional.					
10	Saya tidak pernah menggunakan jasa Bank Syariah karena saya merasa tidak ada pengetahuan terhadap Bank Syariah.					

4. Variabel Religiusitas (X_4)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Bank Syariah menerapkan prinsip kemitraan, Bank Syariah dan nasabah memiliki kedudukan yang sama, sederajat sebagai mitra usaha.					
2	Transaksi di Bank Syariah tidak mengandung unsur riba					
3	Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil.					
4	Kinerja Bank Syariah belum sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.					
5	Ketertarikan saya menggunakan					

	jasa Bank Syariah setelah produk dan jasa yang ditawarkan Bank Syariah dinyatakan halal.					
6	Bank Syariah meningkatkan pemahaman saya terhadap islam.					
7	Bank Syariah dapat meningkatkan kemaslahatan ummat islam.					

5. Variabel Keputusan Masyarakat (Y)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan Bank Syariah mengucapkan salam ketika hendak melayani nasabah.					
2	Kinerja Bank Syariah tidak sesuai dengan prinsip Islam.					
3	Kinerja Bank Syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.					
4	Saya mengetahui Bank Syariah karena berlandaskan nilai Islam.					
5	Bank Syariah sama saja dengan Bank Konvensional.					
6	Saya menabung di Bank Syariah karena keinginan saya.					
7	Bank Syariah memiliki nilai religius.					
8	Pihak Bank Syariah memperlakukan nasabah dengan cara yang sama tanpa membedakan.					
9	Saya tidak pernah menggunakan jasa Bank Syariah karena saya merasa tidak ada pengetahuan terhadap Bank Syariah.					
10	Setiap keluhan nasabah ditangani dengan baik oleh pihak Bank Syariah.					
11	Bank Syariah dapat meningkatkan ekonomi islam di Indonesia.					
12	Setiap karyawan Bank Syariah selalu berpenampilan muslim dan muslimah.					

Panyabungan, Oktober 2020
Responden

.....



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

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

Nomor
Lampiran
Hal

: 633 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/03/2021

:
: Penunjukan Pembimbing Skripsi

09 Maret 2021

Yth. Bapak/Ibu:

1. Aswadi Lubis

2. Adanan Murroh Nasution

: Pembimbing I

: Pembimbing II

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

Nama : Evi Sumarni

NIM : 1640100292

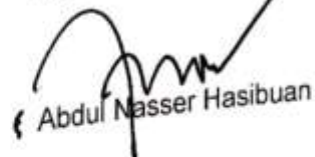
Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Determinan Keputusan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli Tidak Menggunakan Jasa Bank Syariah.

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Sembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL
KECAMATAN HUTABARGOT
DESA HUTABARGOT NAULI

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN
No. 470/54 kd-hn/2020

Sehubungan dengan dibawah ini

Nama : AHMAD ROHMAN

Jabatan : Kepala Desa

Unit Kerja : Desa Hutabargot Nauli

Kec. Hutabargot, Kab. Mandailing Natal, Prov. Sumatera utara.

Sehubungan dengan dibawah ini

Nama : EVI SUMARNI

NIM : 1640100292

Semester : XI (Sembilan)

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Untuk melakukan Penelitian pengumpulan data dalam rangka penyusunan Skripsi, lokasi di Desa Hutabargot Nauli, Kec. Hutabargot, Kab. Mandailing Natal, Prov. Sumatera utara. Dengan Judul Skripsi "**Determinan Keputusan Masyarakat Desa Hutabargot Nauli menggunakan Jasa Bank Syariah**"

Demikian Surat Keterangan Izin Penelitian ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk di pergunakan seperti nya.

Hutabargot Nauli, 19 Oktober 2020

Yang Menerangkan

Kepala Desa Hutabargot Nauli


AHMAD ROHMAN







Tabel r untuk $df = 1 - 50$

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
df	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
51	0.2284	0.2705	0.3188	0.3390	0.4203
52	0.2262	0.2681	0.3154	0.3357	0.4154
53	0.2241	0.2656	0.3120	0.3324	0.4105
54	0.2221	0.2632	0.3087	0.3291	0.4056
55	0.2201	0.2609	0.3054	0.3258	0.4007
56	0.2181	0.2586	0.3021	0.3225	0.3958
57	0.2162	0.2564	0.2988	0.3192	0.3909
58	0.2144	0.2542	0.2955	0.3159	0.3860
59	0.2126	0.2521	0.2922	0.3126	0.3811
60	0.2108	0.2500	0.2889	0.3093	0.3762
61	0.2091	0.2480	0.2856	0.3060	0.3713
62	0.2075	0.2461	0.2823	0.3027	0.3664
63	0.2058	0.2441	0.2790	0.2994	0.3615
64	0.2042	0.2423	0.2757	0.2961	0.3566
65	0.2027	0.2404	0.2724	0.2928	0.3517
66	0.2012	0.2387	0.2691	0.2895	0.3468
67	0.1997	0.2369	0.2658	0.2862	0.3419
68	0.1982	0.2352	0.2625	0.2829	0.3370
69	0.1968	0.2335	0.2592	0.2796	0.3321
70	0.1954	0.2319	0.2559	0.2763	0.3272
71	0.1940	0.2303	0.2526	0.2730	0.3223
72	0.1927	0.2287	0.2493	0.2697	0.3174
73	0.1914	0.2272	0.2460	0.2664	0.3125
74	0.1901	0.2257	0.2427	0.2631	0.3076
75	0.1888	0.2242	0.2394	0.2598	0.3027
76	0.1876	0.2227	0.2361	0.2565	0.2978
77	0.1864	0.2213	0.2328	0.2532	0.2929
78	0.1852	0.2199	0.2295	0.2500	0.2880
79	0.1841	0.2185	0.2262	0.2467	0.2831
80	0.1829	0.2172	0.2229	0.2434	0.2782
81	0.1818	0.2159	0.2196	0.2401	0.2733
82	0.1807	0.2146	0.2163	0.2368	0.2684
83	0.1796	0.2133	0.2130	0.2335	0.2635
84	0.1786	0.2120	0.2097	0.2302	0.2586
85	0.1775	0.2108	0.2064	0.2269	0.2537
86	0.1765	0.2096	0.2031	0.2236	0.2488
87	0.1755	0.2084	0.1998	0.2203	0.2439
88	0.1745	0.2072	0.1965	0.2170	0.2390
89	0.1735	0.2061	0.1932	0.2137	0.2341
90	0.1726	0.2050	0.1900	0.2104	0.2292
91	0.1716	0.2039	0.1867	0.2071	0.2243
92	0.1707	0.2028	0.1834	0.2038	0.2194
93	0.1698	0.2017	0.1801	0.2005	0.2145
94	0.1689	0.2006	0.1768	0.1972	0.2096
95	0.1680	0.1996	0.1735	0.1939	0.2047
96	0.1671	0.1986	0.1702	0.1906	0.1998
97	0.1663	0.1975	0.1669	0.1873	0.1949
98	0.1654	0.1966	0.1636	0.1840	0.1900
99	0.1646	0.1956	0.1603	0.1807	0.1851
100	0.1638	0.1946	0.1570	0.1774	0.1802

Tabel Persentase Distribusi t (df = 1 - 40)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74095	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36403	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43076	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70445	3.30688

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung