



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH**

SKRIPSI

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

Oleh

**SRI SUNDHARI
NIM. 17 401 00096**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PADANGSIDIMPUAN

2021



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH**

SKRIPSI

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

Oleh

**SRI SUNDHARI
NIM. 17 401 00096**

PEMBIMBING I

**Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 196511021991031001**

PEMBIMBING II

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 198411302018012001**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PADANGSIDIMPUAN

2021

Hal : Lampiran Skripsi
a.n **SRI SUNDHARI**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 27 Juli 2021

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

IAIN Padangsidempuan

di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **SRI SUNDHARI** yang berjudul: **"Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

PEMBIMBING I



Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 196511021991031001

PEMBIMBING II



Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 198411302018012001

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : SRI SUNDHARI
NIM : 17 401 00096
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Eksclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **"Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah"**. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 27 Juli 2021

Yang Menyatakan



SRI SUNDHARI
NIM. 17 401 00096

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, saya yang berhubungan dibawah ini :

Nama : **SRI SUNDHARI**

NIM : **17 401 00096**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Jurusan : **Perbankan Syariah**

Judul Skripsi : **"Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah"**

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

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakberatan 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, 27 Juli 2021

Saya yang Menyatakan,



SRI SUNDHARI
NIM. 17 401 00096



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

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Sri Sundhari
NIM : 17 401 00096
Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah

Ketua

Sekretaris

Drs. Kamaluddin, M.Ag.
NIP. 196511021991031001

Hamni Fadillah Nasution, M.Pd.
NIP. 198303172018012001

Anggota

Drs. Kamaluddin, M.Ag.
NIP. 196511021991031001

Hamni Fadillah Nasution, M.Pd.
NIP. 198303172018012001

Windari, S.E., M.A.
NIP. 198305102015032003

Zulfa Matondang, M.Si.
NIDN. 2017058302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di	: Padangsidempuan
Hari/Tanggal	: Selasa / 12 Oktober 2021
Pukul	: 09.00 s/d Selesai WIB
Hasil / Nilai	: 65,5 (C)
IPK	: 3,43
Predikat	: SANGAT MEMUASKAN



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

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

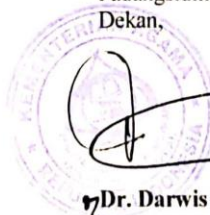
**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH**

**NAMA : SRI SUNDHARI
NIM : 17 401 00096**

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

Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 29 Oktober 2021
Dekan,



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

Abstrak

Nama : Sri Sundhari
Nim : 17 401 00096
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah

Keberadaan bank syariah di masyarakat desa pudun jae kecamatan padangsidimpunan batunadua kota padangsidimpunan sudah lama diketahui oleh masyarakat, terutama masyarakat desa pudun jae kecamatan padangsidimpunan batunadua kota padangsidimpunan itu sendiri. Hal ini masyarakat pernah mengetahui bahwa adanya bank syariah, tetapi beberapa masyarakat kurang mengetahui dan memahami tentang produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah, Namun, beberapa masyarakat yang peneliti temui melalui penelitian awal, beberapa masyarakat tersebut ada juga yang menggunakan bank syariah sebagai tempat menyimpan uangnya, sehingga masyarakat tersebut lebih memilih menggunakan bank syariah sebagai tempat simpanan dan kepentingan keuangan lainnya. Hal itu membuat peneliti bertanya, faktor apa saja yang menjadi keputusan masyarakat menggunakan produk di bank syariah.

Penelitian ini menggunakan bauran pemasaran sebagai variabel independen, dimana bauran pemasaran tersebut terdiri dari lokasi, harga, produk, dan promosi. Sedangkan keputusan nasabah sebagai variabel dependen dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari keempat variabel tersebut terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa pudun jae kecamatan padangsidimpunan batunadua kota padangsidimpunan yang telah menjadi nasabah di bank syariah yaitu berjumlah 67 Orang, dan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah semua populasi tersebut dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Sedangkan teknik pengumpulan datanya menggunakan data primer. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis deskriptif, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji signifikansi parsial (uji t), uji signifikan simultan (uji F), uji koefisien determinasi (R^2), menggunakan SPSS versi 25 sebagai alat pengolah data.

Hasil penelitian menunjukkan seluruh variabel lolos dalam uji asumsi klasik. Sedangkan pada uji statistik menunjukkan variabel lokasi, harga, dan produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah. Sedangkan variabel promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah. Kemudian variabel lokasi, harga, produk, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah. Kemampuan prediksi keempat variabel independen terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah sebesar 26,4% yang ditunjukkan dari besarnya R^2 square sisanya 73,6% dijelaskan oleh variabel diluar model penelitian.

Kata Kunci: Lokasi, Harga, Produk, Promosi, Keputusan Nasabah

KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*ahirabbil a'lamiiin, puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat serta hadiah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia *Rasulullah shalallahu alaihi wasallam* figur seorang pemimpin, sari tauladan yang baik dan pemberi syafaat yang kita nanti nantikan dikemudian hari. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah” disusun untuk memperoleh gelar sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Padangsidimpuan.

Penelitian skripsi ini peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu peneliti menerima kritik dan saran dari berbagai pihak termasuk pembaca. Selain itu tanpa bantuan bimbingan dan arahan berbagai pihak maka akan sangat sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur peneliti mengucapkan banyak terma kasih kepada:

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

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, M.A., selaku Ketua Program studi Perbankan Syariah dan Sekretaris Program Studi Ibu Hamni Fadillah Nasution, M.Pd, serta Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, MM., selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen beserta staff di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan
7. Bapak Badjar Harahap S.E., selaku Kepala Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua, Kota Padangsidimpuan dan segenap pegawai yang berada dilingkungan kantor Desa Pudun Jae, yang telah membantu dan

mempersilahkan peneliti untuk meneliti di lingkungan Desa Pudun Jae tersebut sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

8. Teristimewa Kepada Keluarga Tercinta (Ayahanda Sukirno, Ibunda Sumarni, Nenek Ngatira, Kakek Pawit, Wawak Sangkot dan Juniati, serta adik-adik peneliti Fitria Novianty, Fachrur Rozi, dan Adira Azzahra) yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril, tenaga dan doa yang selalu dipanjatkan tiada henti untuk peneliti demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai kuliah di IAIN Padangsidimpuan. Karena keluarga selalu memberikan tempat teristimewa bagi peneliti.
9. Buat Sahabat Peneliti, Yuda Pratama yang merupakan orang terdekat peneliti mulai dari masuk kuliah sampai ajal memisahkan Inshaallah selalu istiqomah.
10. Rekan-rekan Mahasiswa khususnya ruang Perbankan Syariah 3 angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita Aamiin.
11. Yang terakhir terima kasih kepada diri sendiri yang sudah berhasil bertahan untuk terus bangkit, terpuruk, kemudian bangkit kembali. Melanjutkan perjuangan sehingga sampai di titik sudah bisa menjawab pertanyaan orang-orang “**Besok aku sidang**”.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti

mengucapkan rasa syukur yang tak 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 yarobbal alamin.

Padangsidempuan, Juli 2021

Peneliti

SRI SUNDHARI
NIM. 17 401 00096

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

HALAMAN PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
D. Definisi Operasional Variabel.....	7
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Masalah.....	9
G. Kegunaan Penelitian	10
H. Sistematika Pembahasan.....	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	13
1. Keputusan.....	13
a. Pengertian Pengambilan Keputusan.....	13
b. Proses Keputusan Pembelian	14
2. Bauran Pemasaran	16
3. Lokasi.....	16
a. Pengertian Lokasi.....	16
b. Pemilihan Lokasi.....	16
4. Harga	17
a. Pengertian Harga.....	17

b. Kebijakan Penetapan Harga	18
c. Tujuan Penetapan Harga	18
5. Produk	19
a. Pengertian Produk	19
b. Strategi Produk.....	20
6. Promosi	21
a. Pengertian Promosi	21
b. Bauran Promosi.....	21
7. Teori Orang	22
8. Teori Proses.....	23
9. Teori Bukti Fisik	23
10. Bank Syariah	24
a. Pengertian Bank Syariah	24
b. Berdirinya Bank Syariah di Indonesia	25
c. Produk-Produk Bank Syariah.....	28
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Pikir	32
D. Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
B. Jenis Penelitian.....	35
C. Populasi dan Sampel	35
1. Populasi.....	35
2. Sampel.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
1. Studi Kepustakaan.....	36
2. Studi Lapangan.....	37
a. Observasi.....	37
b. Kuesioner	37
c. Teknik Wawancara.....	40
d. Dokumentasi	40
E. Analisis Data	40
1. Analisis Deskriptif	41
2. Uji Instrumen	41
a. Uji Validitas	41
b. Uji Reliabilitas	42
3. Uji Asumsi Klasik	42
a. Uji Multikolinearitas	43
b. Uji Autokorelasi	43
c. Uji Heteroskedastisitas.....	44
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
5. Uji Hipotesis	46
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	46

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	47
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Desa Pudun Jae.....	48
B. Hasil Analisis Data.....	48
1. Hasil Uji Validitas.....	48
a. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	48
b. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	49
c. Hasil Uji Validitas Variabel Produk	50
d. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	50
e. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah	51
2. Hasil Uji Reliabilitas	52
3. Hasil Analisis Deskriptif	52
4. Hasil Uji Asumsi Klasik	54
a. Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
b. Hasil Uji Autokorelasi.....	55
c. Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	56
6. Hasil Uji Hipotesis	58
a. Hasil Uji Parsial (Uji t)	58
b. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)	60
c. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	61
C. Pembahasan Hasil Penelitian	62
D. Keterbatasan Penelitian.....	67

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran-Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel	7
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel III.1 Pengukuran Skala Likert.....	37
Tabel III.2 Kisi-kisi Kuesioner Lokasi	38
Tabel III.3 Kisi-kisi Kuesioner Harga.....	38
Tabel III.4 Kisi-kisi Kuesioner Produk.....	39
Tabel III.5 Kisi-kisi Kuesioner Promosi	39
Tabel III.6 Kisi-kisi Kuesioner Keputusan Nasabah.....	39
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Lokasi.....	49
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Harga.....	49
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Produk.....	50
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Promosi	51
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah.....	51
Tabel IV.6 Hasil Olah Data SPSS Versi 25 Uji Realibilitas.....	52
Tabel IV.7 Hasil Olah Data SPSS Versi 25 Analisis Deskriptif.....	53
Tabel IV.8 Hasil Olah Data SPSS Versi 25 Uji Multikolinearitas	54
Tabel IV.9 Hasil Olah Data SPSS Versi 25 Uji Autokorelasi	55
Tabel IV.10 Hasil Olah Data SPSS Versi 25 Uji Analisis Regresi Berganda	57
Tabel IV.11 Hasil Olah Data SPSS Versi 25 Uji Parsial (Uji t)	58
Tabel IV.12 Hasil Olah Data SPSS Versi 25 Uji Simultan (Uji F)	60
Tabel IV.13 Hasil Olah Data SPSS Versi 25 Koefisien Determinasi (R^2)	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir	33
Gambar IV.1 Hasil Olah Data SPSS Versi 25 Uji Heteroskedastisitas	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah adalah Bank yang dalam aktivitasnya, baik dalam penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip Syariah.¹ Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim* dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamanahkan Bank Syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga *baitul maal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*).²

Keberadaan Perbankan Syariah di masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan sudah lama diketahui oleh masyarakat, terutama masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan itu sendiri. Hal ini

¹Muchtar Ali, *Buku Saku Perbankan Syariah* (Direktorat Urusan Agama Islam Dan Pembinaan Syariah: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2013), hlm 30.

²Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementansi Teori Dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), hlm 24.

masyarakat pernah mengetahui bahwa adanya Bank Syariah, tetapi beberapa masyarakat kurang mengetahui dan memahami tentang produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah. Namun, beberapa masyarakat yang peneliti temui melalui penelitian awal, beberapa masyarakat tersebut ada juga yang menggunakan Bank Syariah sebagai tempat menyimpan uangnya, sehingga masyarakat tersebut lebih memilih menggunakan Bank Syariah sebagai tempat simpanan dan kepentingan keuangan lainnya. Hal itu membuat peneliti berfikir, kenapa beberapa masyarakat menggunakan Bank Syariah sebagai tempat penyimpanannya, faktor apa saja yang menjadi keputusan masyarakat menggunakan produk di Bank Syariah.

Masyarakat Desa Pudun Jae yang berada di Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan merupakan daerah yang berpenduduk padat dengan jumlah 8.238 orang,³ dengan jumlah penduduk yang menggunakan Bank Syariah atau Nasabah di Bank Syariah sebanyak 60 orang.

Menurut Setiadi, mendefinisikan suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda.⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa masyarakat Desa Pudun Jae, Menurut ibu Derliana Mengatakan Bahwa beliau menggunakan Bank

³Data Kependudukan Desa Pudun Jae Bulan November 2020.

⁴Nugroho Setiadi, *Perilaku konsumen*, Edisi Revisi (Jakarta: Kencana, 2010), hlm 35.

Syariah karena ketika mulai menabung di Bank Syariah setoran awalnya ringan.⁵ Menurut saudara Islah mengatakan bahwa saudara menggunakan Bank Syariah karena biaya administrasinya relatif rendah.⁶ Menurut saudari Meli mengatakan bahwa saudari menggunakan Bank Syariah karena tempatnya mudah didapat dan dimengerti.⁷ Menurut bapak Almizar beliau mengatakan bahwa beliau menggunakan Bank Syariah karena adanya brosur yang ada di tempat kerja beliau.⁸ Menurut saudari Ulfa saudari mengatakan bahwa saudari menggunakan Bank Syariah karena saudari sudah memahami produk yang sesuai dengan kebutuhannya.⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua Kota Padangsidimpuan dapat disimpulkan bahwa ada empat faktor penting yang menjadi tolak ukur keputusan nasabah menggunakan produk di Bank Syariah, yaitu lokasi, harga, produk dan promosi yang kemudian menjadi suatu perangkat dalam suatu program pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran. Hal itu dibuktikan dengan beberapa pendapat yang disampaikan oleh beberapa narasumber yang menjadi masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua, Kota Padangsidimpuan.

⁵Hasil Wawancara dengan ibu Derliana, Selaku Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua, pada tanggal 11 September 2020, Pukul 09:00 WIB.

⁶Hasil Wawancara dengan saudara Islah, Selaku Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua, pada tanggal 11 September 2020, Pukul 14:00 WIB.

⁷Hasil Wawancara dengan saudari Meli, Selaku Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua, pada tanggal 11 September 2020, Pukul 15:00 WIB.

⁸Hasil Wawancara dengan bapak Almizar, Selaku Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua, pada tanggal 11 September 2020, Pukul 11:00 WIB.

⁹Hasil Wawancara dengan saudari Ulfa, Selaku Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua, pada tanggal 12 September 2020, Pukul 13:00 WIB.

Assauri berpendapat bahwa bauran pemasaran merupakan variabel-variabel terkendali yang digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dari segmen pasar tertentu yang dituju perusahaan.¹⁰

Produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik pengecer, dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.¹¹

Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.¹²

Menurut Ghanimata, lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan usaha tersebut dimasa yang akan datang.¹³

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam upaya mengkomunikasikan suatu produk kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk perusahaan.¹⁴

Hal ini dilakukan agar masyarakat Desa Pudun Jae memahami faktor apa saja yang bisa menjadi alasan seseorang untuk menjadi nasabah menggunakan produk di Bank Syariah sehingga masyarakat Desa Pudun Jae

¹⁰S. Assauri, *Manajemen pemasaran* (Jakarta: Rajawali Press, 2007), hlm 76.

¹¹R. Harjanto, *Prinsip-prinsip periklanan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm 44.

¹²Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium (Jakarta: PT Indeks, 2007), hlm 88.

¹³Fifyanita dan Ghanimata, "Analisi Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)," *Diponegoro Journal Of Management* Volume 1, no. Nomor 2 (2012): hlm 5, <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/djom>.

¹⁴Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, hlm 70.

yang belum menggunakan produk di Bank Syariah ikut serta dalam menjadi nasabah di Bank Syariah sebagai tempat menyimpan uangnya.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh saudari Muara Hamdani Simamora, yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Kabupaten Simalungun.” Menyimpulkan bahwa : Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan masukan pihak manajemen guna meningkatkan produk, harga, lokasi dan promosi sehingga perusahaan dapat meningkatkan prestasi dan pencapaian keuntungan menjadi lebih baik.¹⁵

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh saudari Tandi Larasati Putri, yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Salatiga Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah.” Menyimpulkan bahwa : secara simultan pengaruh lokasi dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan Bank Syariah.¹⁶

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan fenomena penelitian yang dilakukan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah”**.

¹⁵Muara Hamdani Simamora, *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Kabupaten Simalungun* (Medan: Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019).

¹⁶Tandi Larasati Putri, *Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Salatiga Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah* (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2017).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Lokasi menjadi faktor pendorong masyarakat untuk menjadi nasabah menggunakan produk di Bank Syariah
2. Harga menjadi faktor pendorong masyarakat untuk menjadi nasabah menggunakan produk di Bank Syariah
3. Produk menjadi faktor pendorong masyarakat untuk menjadi nasabah menggunakan produk di Bank Syariah
4. Promosi menjadi faktor pendorong masyarakat untuk menjadi nasabah menggunakan produk di Bank Syariah
5. Adanya Kesadaran dari beberapa masyarakat Desa Pudun Jae dalam keputusan menjadi nasabah menggunakan produk di Bank Syariah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini perlu dibatasi agar hasilnya akurat dan tidak luas. Serta pembahasannya lebih spesifik dan lebih mendalam. Selain itu keterbatasan variabel dan sampel yang dimiliki oleh peneliti juga menjadi salah satu aspeknya. Maka Peneliti membatasi penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah, dimana bauran pemasaran terdiri dari 4 variabel, yaitu lokasi, harga, produk,

dan promosi. Studi kasusnya di Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua, Kota Padangsidimpuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel yang digunakan dalam peneliti ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut ini.

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Lokasi (X ₁)	Lokasi Bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pngendalian perbankan.	a. Keterjangkauan Lokasi b. Kelancaran Akses Menuju Jalan c. Kedekatan Lokasi. ¹⁷	Ordinal
2.	Harga (X ₂)	Harga ialah jumlah nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.	a. Keterjangkauan Harga b. Kesesuaian Harga c. Daya Saing Harga d. Kesesuaian Harga dengan Manfaat. ¹⁸	Ordinal
3.	Produk (X ₃)	Produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.	a. Manfaat Produk b. Bentuk Produk c. Atribut Produk. ¹⁹	Ordinal
4.	Promosi (X ₄)	Promosi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk	a. Undian b. Iklan c. Brosur dan	Ordinal

¹⁷Marsudi Djojodipuro, *Teori Lokasi* (Jakarta: CV. Pena Persada, 2012), hlm 50.

¹⁸Swastha dan Basu DH, *Manajemen Penjualan* (Yogyakarta: Penerbit BPFE, 2006), hlm 112.

¹⁹Zulian dan Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (Yogyakarta: Ekonisia, 2001), hlm 66.

		mempengaruhi pasar maupun konsumen mengenai keberadaan suatu produk maupun jasa sebagai bahan pertimbangan konsumen untuk menentukan pilihan.	Leaflet d. Bank Melakukan Promosi dengan Pendekatan secara personal e. Promosi yang menarik. ²⁰	
5.	Keputusan nasabah (Y)	Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan	a. Pengenalan Masalah b. Pencarian Informasi c. Evaluasi Alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku Pasca Pembelian. ²¹	Ordinal

E. Rumusan Masalah

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

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan ?

²⁰ Djaslim dan Saladin, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm 81.

²¹ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, hlm 98.

3. Apakah terdapat pengaruh produk secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan ?
4. Apakah terdapat pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan ?
5. Apakah terdapat pengaruh lokasi, harga, produk dan promosi secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan ?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.

4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.
5. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, produk dan promosi secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perbankan Syariah

Sebagai bahan pertimbangan Bank Syariah pada umumnya, untuk mengetahui dan mengevaluasi sistem dalam Perbankan Syariah kemudian sebagai bahan informasi dan referensi peneliti dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai Perbankan Syariah.

2. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, penelitian dapat menambah sarana pengetahuan dan wawasan tentang lokasi, harga, produk dan promosi yang dimiliki oleh Bank Syariah. Selain itu skripsi ini menjadi salah satu persyaratan menyelesaikan jenjang pendidikan Sarjana Ekonomi di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pengetahuan dalam keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah.

4. Bagi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi para aktivis akademika tentang pengaruh lokasi, harga, produk dan promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah. Selain itu hasil penelitian ini juga menambah referensi bagi peneliti-peneliti lanjutan yang meneliti penelitian sejenis.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dibuat memudahkan peneliti dalam menyusun proposal ini agar mudah dipahami oleh pembaca. Adapun sistematika pembahasan peneliti ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN yang berisi tentang gambaran umum mengenai isi penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan tentang masalah dalam penelitian ini, identifikasi masalah yang menguraikan seluruh aspek yang berhubungan dengan masalah dalam objek penelitian, batasan masalah yang membatasi masalah atau ruang lingkup permasalahan, definisi operasional variabel, peneliti mendefinisikan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, selanjutnya dalam rumusan masalah, penelitian merumuskan permasalahan penelitian dan menyebutkan tujuan dari penelitian yang dilakukan, serta kegunaan penelitian yang menjelaskan manfaat yang akan diperoleh dari penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI yang berisi kerangka teori yang menjelaskan uraian-uraian tentang teori dan masing-masing variabel dari berbagai referensi yang berbeda, kemudian penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu, kerangka pikir yang berisi pemikiran peneliti mengenai masalah yang akan diselesaikan, dan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN berisi tentang metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian. Kemudian jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer dan metode pengumpulan data yang dilakukan adalah kuesioner, observasi dan dokumentasi dalam penelitian. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda.

BAB IV HASIL PENELITIAN berisi tentang gambaran umum objek penelitian yang memaparkan bagaimana gambaran umum Desa Pudun Jae secara umum berupa sejarah, letak geografis, deskripsi hasil penelitian yang menjelaskan data penelitian, kemudian menjelaskan hasil analisis data, serta keterbatasan penelitian.

BAB V PENUTUP berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang merupakan akhir uraian yang telah dikemukakan diatas.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan

a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

Selain itu menurut Marimin dalam mengambil keputusan seseorang seringkali dihadapkan pada berbagai kondisi antara lain unik, tidak pasti, jangka panjang dan kompleks. Yang dimaksud dalam kondisi unik adalah masalah tersebut tidak mempunyai preseden dan di masa depan mungkin tidak akan berulang kembali. Tidak pasti maksudnya bahwa faktor-faktor yang diharapkan mempengaruhi dan memiliki kadar ketahuan atau informasi yang sangat rendah. Jangka panjang maksudnya bahwa implikasinya memiliki jangkauan yang cukup jauh ke depan dan melibatkan sumber-sumber usaha yang penting. Adapun kompleks yaitu dalam pengertiannya preferensi pengambilan keputusan atas resiko dan waktu memiliki peranan yang besar.²²

²²Marimin, *Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok* (Bogor: IPB, 2010), hlm 117.

b. Proses Keputusan Pembelian

Proses pengambilan keputusan dalam pembelian produk barang dan jasa sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri. Proses pengambilan keputusan membeli melalui lima tahap yaitu :

1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan.

2) Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang mulai tergugah minatnya mungkin akan mencari banyak informasi. Salah satu yang menjadi perhatian pokok pemasar adalah sumber informasi utama yang dicari konsumen dan pengaruh relatifnya terhadap keputusan pembelian berikutnya. Sumber-sumber informasi konsumen terdiri dari empat kelompok yaitu :

- a) sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, dan kenalan.
- b) sumber komersial : iklan, wiraniaga, pedagang perantara, kemasan, pajangan.
- c) sumber publik : media masa, organisasi,
- d) Sumber pengalaman : penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk melalui pengumpulan informasi, konsumen mengetahui merek-merek yang bersaing dan keistimewaan masing-masing merek.

3) Evaluasi Alternatif

Informasi yang didapat dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif yang dihadapinya serta daya tarik masing masing alternatif. Produsen harus berusaha memahami cara konsumen mengenal informasi yang diperolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk merek dan keputusan untuk membeli.

4) Keputusan Pembelian

Disini konsumen harus memutuskan dari setiap komponen pembelian, apa yang mereka beli, bagaimana membeli, atau dimana membeli.

5) Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan merasakan tingkat kepuasan atau ketidak puasan tertentu. Apabila konsumen merasa puas akan produk tersebut maka konsumen akan melakukan pembelian ulang, dan bahkan menginformasikan kepada pelanggan lain, tetapi apabila konsumen tidak puas dengan produk tersebut maka konsumen akan kecewa dan tidak melakukan pembelian lagi pada produk tersebut.²³

²³Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium (Jakarta: PT Indeks, 2007), hlm 74.

2. Bauran Pemasaran

Kasmir mendefinisikan bauran pemasaran (*Marketing mix*) dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan bersamaan di antara elemen–elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain. Penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank.²⁴ Kotler mendefinisikan bahwa bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran.²⁵

3. Lokasi (*Place*)

a. Pengertian Lokasi

Buchari Alma mengemukakan bahwa Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.²⁶

b. Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian-penelitian terdahulu

²⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafi indo Persada., 2000), hlm 81.

²⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran (alih bahasa : Benyamin Molan)*, Edisi kesebelas, Jilid 1 (Jakarta: Index, 2005), hlm 89.

²⁶Buchari Alma, *Manajememen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2000), 23.

menemukan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap kesuksesan atau keberhasilan usaha. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih didominasi oleh pemilihan lokasi di sektor manufaktur, industri teknologi tinggi, dan perusahaan besar, dimana pemilihan lokasi usaha-usaha tersebut didorong oleh pertimbangan besarnya biaya transportasi bahan produksi. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Pemilihan lokasi yang tepat seringkali menentukan keberhasilan suatu usaha. Kesalahan pemilihan lokasi dapat menghambat keberhasilan usaha.²⁷ Menurut Kotler, Salah satu kunci menuju keberhasilan/sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim bisnis, dan sebagainya.²⁸

4. Harga (*Price*)

a. Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Keller yang dialihbahasakan oleh Bob Sabran, harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi

²⁷Djaslim dan Saladin, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm 43.

²⁸Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran (alih bahasa : Benyamin Molan)*, 125.

membutuhkan banyak waktu.²⁹ Menurut Fandy Tjiptono menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.³⁰ Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong, harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.³¹

Dari definisi diatas dapat dijelaskan bahwa harga adalah sejumlah nilai uang termasuk barang dan jasa yang ditawarkan untuk mengganti hak milik suatu barang dan jasa kepada pihak lain.

b. Kebijakan Penetapan Harga

Menurut Saladin Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Perusahaan haruslah mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan menetapkan harganya.³²

c. Tujuan Penetapan Harga

Setiap perusahaan selalu berorientasi pada seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh dari suatu produk atau jasa yang dimilikinya, sehingga tujuan penetapan harganya hanya berdasarkan pada tingkat keuntungan dan perolehan yang akan diterimanya. Namun di dalam perkembangannya, tujuan penetapan harga bukan hanya

²⁹Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, hlm 84.

³⁰Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3 (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010), hlm 65.

³¹Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke 12, Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm 123.

³²Djaslim dan Saladin, *Manajemen Pemasaran*, hlm 55.

berdasarkan tingkat keuntungan dan perolehannya saja melainkan berdasarkan pertimbangan non ekonomis lainnya.

Menurut Tjiptono tujuan penetapan harga adalah :³³

- 1) Berorientasi laba yaitu bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang paling tinggi.
- 2) Berorientasi pada volume yaitu penetapan harga berorientasi pada volume tertentu.
- 3) Berorientasi pada citra (*image*) yaitu bahwa *image* perusahaan dapat dibentuk melalui harga.
- 4) Stabilisasi harga yaitu penetapan harga yang bertujuan untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga perusahaan dengan harga pemimpin pasar (*market leader*).
- 5) Tujuan lainnya yaitu menetapkan harga dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah.

5. Produk (*Product*)

a. Pengertian Produk

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik

³³Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)* (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm 133.

untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.³⁴

Menurut Tjiptono secara konseptual produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli.³⁵

b. Strategi Produk

Menurut Tjiptono strategi produk menjabarkan kebutuhan pasar yang ingin dilayani dengan berbagai tawaran produk. Pada umumnya strategi keseluruhan sebuah perusahaan didominasi oleh strategi produk dan strategi pasar. Hal inilah yang kerap menjadi tantangan terbesar dalam pengembangan, staff korporat dan pemasaran. Hal inilah yang menjadi tantangan besar dalam pengembangan dan penerapan strategi produk. Strategi produk terdiri dalam beberapa tahapan :

- 1) Penetapan harga
- 2) Pemberian merek produk.³⁶

6. Promosi (*Promotion*)

³⁴Budi Gautama Siregar, "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan," *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman* Vol. 04 (Juni 2018): hlm 8.

³⁵Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 177.

³⁶Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, hlm 100.

a. Pengertian Promosi

Pada dasarnya promosi ditujukan untuk memperkenalkan produk baru, juga untuk mempertahankan suatu produk yang sedang dipasarkan yang pada akhirnya sasaran promosi itu untuk memperbesar penjualan. Jadi promosi berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Untuk lebih memahami konsep promosi, dapat dikemukakan pendapat dari Nitiasemito yaitu promosi adalah salah satu dibidang marketing yang bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan, dengan jalan mempengaruhi konsumen baik langsung maupun tidak langsung.³⁷

Menurut Mursid mengemukakan bahwa promosi adalah yang dapat digunakan organisasi jasa untuk berkomunikasi dengan pasar sasarnya.³⁸

b. Bauran Promosi

Promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (*promotional mix*). Bauran promosi merupakan gabungan arus informasi secara menyeluruh dan hanya dilakukan oleh satu organisasi atau individu tertentu. Ini berbeda dengan komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk memuaskan semua pihak. Semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi

³⁷Alex Nitisemito, *Marketing* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1981), hlm 17.

³⁸Mursid, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm 20.

pemasaran melakukan cara yang sama yaitu mendengarkan, bereaksi dan berbicara sampai tercipta hubungan pertukaran yang memuaskan.³⁹

Kemudian pakar *marketing* Kotler dan Armstrong menambahkan bauran pemasaran dalam bisnis jasa menjadi 7P. Hingga kini konsep *marketing mix* dianggap telah mengalami perkembangan menjadi 7P.⁴⁰ Jasa sendiri sangat berbeda karakteristiknya dengan produk. Perbedaan produk dan jasa dikarenakan sifat dari jasa yang tidak berwujud (*intangibility*), tidak bisa disimpan / tidak tahan lama (*perishability*), tidak terpisahkan dengan yang memberikan jasa (*inseparability*), dan bervariasi (*variability*) tidak sama hasilnya meskipun dilakukan oleh satu orang yang sama. Maka untuk jasa, *marketing mix* di tambah 3 lagi :

7. Teori Orang (*People*)

Orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran. Bila produksi dapat dipisahkan dengan konsumsi, sebagaimana dijumpai dalam kebanyakan kasus pemasaran barang manufaktur, pihak manajemen biasanya dapat mengurangi pengaruh langsung sumber daya manusia terhadap *output* akhir yang diterima pelanggan. Orang adalah semua orang yang memainkan peranan dalam penyajian layanan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Orang yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberikan jasa, merupakan bagian penting untuk membangun loyalitas.⁴¹

³⁹Mursid, hlm 22.

⁴⁰Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, hlm 133.

⁴¹Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, hlm 177.

8. Teori Proses (*Process*)

Menurut Payne, menyatakan bahwa proses adalah menciptakan dan memberikan jasa kepada konsumen, merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran. Pada ekonomi manajemen jasa, pelanggan akan memandang sistem pemberian jasa tersebut sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Semua kegiatan pekerjaan adalah bagian dari suatu proses. Proses ini dapat meliputi berbagai mekanisme yang ada, seperti: adanya mekanisme pelayanan, prosedur, jadwal kegiatan, serta rutinitas.⁴² Menurut Kotler, proses disini adalah mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari konsumen tersebut memesan (*order*) hingga akhirnya konsumen mendapatkan apa yang diinginkan.⁴³

9. Teori Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik menurut Kotler yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditunjukkan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan. Sebenarnya tidak ada atribut fisik untuk layanan, sehingga konsumen cenderung mengandalkan isyarat material.⁴⁴

10. Bank Syariah

⁴²A. Payne, *Service Marketing Pemasaran Jasa* (Yogyakarta, 2006), hlm 187.

⁴³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran (alih bahasa : Benyamin Molan)*, hlm 140.

⁴⁴P. Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm 188.

a. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Bank Syariah sering dipersamakan dengan bank tanpa bunga. Bank tanpa bunga merupakan konsep yang lebih sempit dari bank Syariah, ketika sejumlah instrumen atau operasinya bebas dari bunga. Bank Syariah, selain menghindari bunga, juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial.⁴⁵

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam. Dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dengan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam. Dan menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya

⁴⁵ Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syariah: Gambaran Umum* (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan, 2005), hlm 4.

berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁴⁶

b. Berdirinya Bank Syariah di Indonesia.

Umat Islam Indonesia telah lama mendambakan adanya bank yang beroperasi sesuai dengan syariat. K.H. Mas Mansur, ketua Pengurus Besar Muhammadiyah periode 1937-1944 telah menguraikan pendapatnya tentang penggunaan jasa Bank Konvensional sebagai hal yang terpaksa dilakukan karena umat Islam belum mempunyai sendiri bank yang bebas riba. Kemudian disusul dengan ide untuk mendirikan Bank Syariah di Indonesia yang sebenarnya sudah muncul sejak pertengahan tahun 1970-an. Hal ini dibicarakan pada seminar nasional Hubungan Indonesia-Timur Tengah pada 1974 dan pada tahun 1976 dalam seminar internasional yang diselenggarakan oleh Lembaga Studi Ilmu-Ilmu Kemasyarakatan (LSIK) dan Yayasan Bhineka Tunggal Ika. Namun, ada beberapa alasan yang menghambat terealisasinya ide ini:

- 1) Operasi Bank Syariah yang menerapkan prinsip bagi hasil belum diatur, dan karena itu, tidak sejalan dengan UU Pokok Perbankan yang berlaku, yakni UU No 14/1967.
- 2) Konsep Bank Syariah dari segi, politis berkonotasi Ideologis, merupakan bagian dari atau berkaitan dengan konsep negara Islam, dan karena itu tidak dikehendaki pemerintah.

⁴⁶Muhammad Isa, "Pengetahuan, Persepsi Dan Sikap Pengurus Masjid Terhadap Perbankan Syariah (Studi Di Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal)," *j-EBIS* Vol. 3 (April 2018): hlm 11.

3) Masih dipertanyakan, siapa yang bersedia menaruh modal dalam ventura semacam itu, sementara pendirian bank baru dari Timur Tengah masih dicegah, antara lain pembatasan bank asing yang ingin membuka kantornya di Indonesia.

Untuk memobilisasi dana pembangunan, pemerintah pada tahun 1988 membuka peluang yang seluas-luasnya untuk bisnis perbankan dengan mengeluarkan PAKTO (Paket Kebijakan Pemerintah bulan Oktober) pada tanggal 27 Oktober yang berisi tentang liberalisasi perbankan yang memungkinkan pendirian bankbank baru selain yang telah ada. Dengan ini dimulailah pendirian Bank-bank Per pembiayaan Rakyat Syariah di beberapa daerah di Indonesia, yang pertama kali memperoleh izin usaha adalah Bank Per pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), Berkah Amal Sejahtera dan BPRS Dana Mardhatillah pada tanggal 19 Agustus 1991, serta BPRS Amanah Rabaniah pada tanggal 24 Oktober 1991 yang ketiganya beroperasi di Bandung, dan BPRS Hareukat pada tanggal 10 November 1991 di Aceh, yang kemudian mendorong didirikannya Bank Umum Syariah pertama. di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 1 Mei 1992.

Yang kemudian disusul akhirnya gagasan mengenai bank syariah itu muncul lagi sejak tahun 1988 di saat pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober (PAKTO) yang berisi liberalisasi industri perbankan. Para ulama waktu itu berusaha untuk

mendirikan bank bebas bunga, tetapi tidak ada satu pun perangkat hukum yang dapat menjadi pedoman kecuali bahwa perbankan dapat saja menetapkan bunga sebesar 0%. Setelah adanya rekomendasi dari lokakarya ulama tentang bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor tanggal 19-22 Agustus 1990, hasil lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang berlangsung di Hotel Sahid Jaya, Jakarta pada tanggal 22-25 Agustus 1990. Berdasarkan amanat Munas (Musyawarah Nasional) tersebut, maka dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Syariah di Indonesia.

Bank Muamalat Indonesia lahir sebagai hasil kerja tim Perbankan MUI tersebut di atas, akte pendirian PT Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991. Pada saat akte pendirian ini terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp 84 miliar. Pada tanggal 3 November 1991, pada acara silaturahmi presiden di Istana Bogor, dapat dipenuhi total komitmen modal disetor awal sebesar Rp 106.126.382.000, Dana tersebut berasal dari presiden dan wakil presiden, sepuluh menteri kabinet pembangunan V, juga Yayasan Amal Bhakti Muslim Pancasila, Yayasan Dakab, Supersemar, Dharmais, Puma Bhakti Pertiwi, PT PAL, dan PT Pindad. Selanjutnya Yayasan Dana Dakwah Pembangunan ditetapkan sebagai yayasan penopang Bank Syariah. Dengan terkumpulnya modal awal tersebut,

pada tanggal 1 Mei 1992, Bank Muamalat Indonesia (BMI) mulai beroperasi.⁴⁷

c. Produk Penghimpunan Dana Bank Syariah

Penghimpunan dana di Bank Syariah menerapkan prinsip wadi'ah dan prinsip mudharabah. Kedua prinsip tersebut diimplementasikan oleh bank syariah dalam penghimpunan dana berupa: giro, tabungan dan deposito.

Hal itu didasarkan pada Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 19 menyatakan bahwa kegiatan usaha Bank Umum Syariah meliputi:

- 1) Menghimpun dana dalam bentuk Simpanan berupa Giro, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad wadi'ah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
- 2) Menghimpun dana dalam bentuk Investasi berupa Deposito, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad mudharabah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah. Pasal tersebut menunjukkan bahwa Bank Syariah dalam penghimpunan dana menjalankan produk : simpanan yang terdiri dari giro dan tabungan serta investasi yang terdiri dari deposito dan tabungan.

⁴⁷Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), hlm 15.

Di sini akan dijelaskan lebih lanjut tentang penghimpunan dana.⁴⁸

a) Produk Giro

Giro menurut Pasal 1 UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan.

Akad wadi'ah di terapkan untuk safe deposit box atau titipan murni. Jadi bank tidak boleh menggunakan dana tersebut. Disini bank akan meminta uang jasa penitipan murni. Adapun wadi'ah yad dhamanah adalah titipan kepada bank yang mana bank hanya bertanggung jawab pada nilai uangnya dan bukan fisiknya, sehingga bank bisa menggunakannya.

b) Produk Tabungan

Tabungan menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik

⁴⁸Muchtar Ali, *Buku Saku Perbankan Syariah* (Direktorat Urusan Agama Islam Dan Pembinaan Syariah: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2013), hlm 78-79.

dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

c) Produk Deposito

Deposito menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan Bank Syariah dan atau UUS.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan dengan skripsi ini adalah sebagai berikut :

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Muara Hamdani Simamora (2019) ⁴⁹	Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Kabupaten Simalungun	Kesimpulan Dari Penelitian Ini Bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Penelitian Ini Dapat Digunakan Sebagai Bahan Evaluasi Dan Masukan Pihak Manajemen Guna Meningkatkan Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Sehingga Perusahaan Dapat

⁴⁹Muara Hamdani Simamora, *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Kabupaten Simalungun* (Medan: Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019).

			Meningkatkan Prestasi Dan Pencapaian Keuntungan Menjadi Lebih Baik.
2.	Tandi Larasati Putri (2017) ⁵⁰	Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Salatiga Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah	Hasil penelitian menunjukkan bahan secara simultan pengaruh lokasi dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah. Secara parsial pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah.
3.	Permata Shanti Nurmah Ashari (2018) ⁵¹	Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syari'ah Pada Bank Syari'ah Mandiri KC Palembang Pasar 16 ILIR	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
4.	Arum Agustina Kusnaningtyas (2019) ⁵²	Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bri Syariah Kcp Ponorogo	Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa: Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo

⁵⁰Tandi Larasati Putri, *Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Salatiga Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah* (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2017).

⁵¹Permata Shanti Nurmah Ashari, *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syari'ah Pada Bank Syari'ah Mandiri KC Palembang Pasar 16 ILIR* (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2018).

⁵²Arum Agustina Kusnaningtyas, *Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Ponorogo* (Skripsi Nstitut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2019).

5.	Isna Dina Khurniya (2017) ⁵³	Pengaruh Marketing Mix Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Kcp Salatiga)	Berdasarkan hasil uji penelitian yang dilakukan yaitu: 1) variabel produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan (Y); 2) variabel lokasi (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y)
----	---	---	---

C. Kerangka Pikir

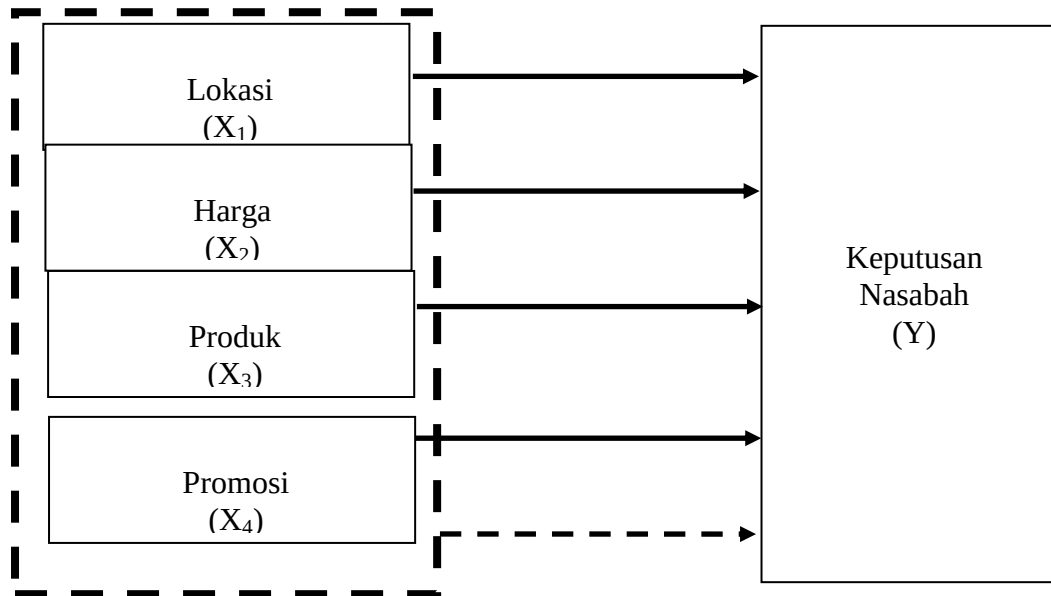
Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan antara variabel dalam suatu penelitian. Kerangka pikir diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis. Inilah yang disebut *logical contract*.

Didalam kerangka berpikir inilah akan diletakkan masalah penelitian yang akan diletakkan kerangka teoritis yang relevan, yang mampu menangkap, menunjukkan, menerangkan terhadap masalah penelitian.⁵⁴ Dalam penelitian ini dijelaskan mengenai pengaruh variabel independen yaitu, Lokasi, Harga, Produk, dan Promosi terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Nasabah.

⁵³Isna Dina Khurniya, *Pengaruh Marketing Mix Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCP Salatiga)* (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2017).

⁵⁴Syahrum dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Ciptapustaka Media, 2012), hlm 221.

Gambar II. 1
Kerangka Berpikir



Keterangan :

- : Pengaruh Parsial
 - - - - - : Pengaruh Simultan

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis juga disebut sebagai jawaban sementara dari penelitian yang telah dilakukan, seperti perilaku, fenomena atau dengan kata lain keadaan tertentu yang telah terjadi.⁵⁵

Adapun hipotesis penelitian ini mengenai bauran pemasaran, dimana terdiri dari lokasi, harga, produk, dan promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah adalah :

⁵⁵Hardani dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), hlm 413.

- H₁ : Terdapat pengaruh Lokasi secara Parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.
- H₂ : Terdapat pengaruh Harga secara Parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.
- H₃ : Terdapat pengaruh Produk secara Parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.
- H₄ : Terdapat pengaruh Promosi secara Parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.
- H₅ : Terdapat pengaruh Lokasi, Harga, Produk, dan Promosi secara Simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah pada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua Kota Padangsidimpua dan waktu penelitian dilaksanakan oleh bulan Maret 2021 sampai bulan Juli 2021.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.⁵⁶

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan/ingin diteliti. Populasi ini sering juga disebut dengan *universe*. Anggota populasi dapat berupa benda hidup maupun benda mati, dan manusia, dimana sifat-sifat yang ada padanya dapat diukur atau diamati.⁵⁷

⁵⁶Hardani dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), hlm 240.

⁵⁷Syahrum dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Ciptapustaka Media, 2012), hlm 113.

Adapun populasi dari penelitian ini adalah penduduk Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan yang telah menjadi nasabah di Bank Syariah yaitu berjumlah 60 Orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian (sampel secara harfiah berarti contoh). Sampel dari populasi mempunyai aturan, yaitu sampel itu representatif (mewakili) terhadap populasinya.⁵⁸

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan keseluruhan dari populasi yaitu 67 nasabah Bank Syariah. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu Sampling Jenuh. Menurut Sugiyono Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.⁵⁹

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara bagaimana peneliti memperoleh data yang digunakan oleh peneliti kualitatif maupun kuantitatif diantaranya dapat dilakukan melalui studi pustaka, studi lapangan:

1. Studi kepustakaan (*Libary Resarch*)

yaitu metode pengumpulan data melalui buku-buku atau literatur-literatur yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Studi ini bertujuan

⁵⁸Syahrum dan Salim, hlm 113-114.

⁵⁹Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 51.

untuk menemukan teori, konsep, variabel dan lain sebagainya dengan cara membaca buku, diktat kuliah, Koran, media internet dan sebagainya.⁶⁰

2. Studi lapangan (*Field Research*)

yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan melaksanakan pengalaman ke objek penelitian secara langsung studi lapangan ini bertujuan untuk menemukan informasi dari pengalaman orang lain, dimana datanya diperoleh dengan cara:

a. Observasi

yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti.⁶¹

b. Kuesioner

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mempersiapkan daftar pernyataan secara tertulis kepada responden dengan jawabannya yang telah tersedia dan menggunakan skala ordinal.⁶²

Adapun yang digunakan sebagai bentuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala Ordinal dengan rumusan sebagai berikut :

Tabel III. 1
Pengukuran Skala Ordinal

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

⁶⁰Syahrum dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hlm 211.

⁶¹Hardani dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, hlm 312.

⁶²Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, *Metode Kuantitatif Praktis* (Bandung: PT. Bima Pratama Sejahtera, 2018), hlm 8.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Berikut ini prediksi kuesioner dalam variabel lokasi yang akan peneliti lakukan, antara lain :

Tabel III. 2
Kisi-Kisi Kuesioner
Lokasi (X_1)

No.	Variabel X_1	Indikator	Nomor Pertanyaan
	Lokasi	1) Keterjangkauan Lokasi	1
		2) Kelancaran Akses Menuju Jalan	2
		3) Kedekatan Lokasi	3

Kemudian berikut ini prediksi kuesioner dalam variabel harga yang akan peneliti lakukan, antara lain :

Tabel III. 3
Kisi-Kisi Kuesioner
Harga (X_2)

No.	Variabel X_2	Indikator	Nomor Pertanyaan
	Harga	1) Keterjangkauan Harga	1
		2) Kesesuaian Harga	2
		3) Daya Saing Harga	3
		4) Kesesuaian Harga dengan Manfaat	4

Kemudian berikut ini prediksi kuesioner dalam variabel produk yang akan peneliti lakukan, antara lain :

Tabel III. 4
Kisi-Kisi Kuesioner
Produk (X_3)

No.	Variabel X_3	Indikator	Nomor Pertanyaan
	Produk	1) Manfaat Produk 2) Bentuk Produk 3) Atribut Produk	1 2 3

Kemudian berikut ini prediksi kuesioner dalam variabel promosi yang akan peneliti lakukan, antara lain :

Tabel III. 5
Kisi-Kisi Kuesioner
Promosi (X_4)

No.	Variabel X_4	Indikator	Nomor Pertanyaan
	Promosi	1) Undian 2) Iklan 3) Brosur dan Leaflet 4) Bank Melakukan Promosi dengan Pendekatan secara personal 5) Promosi yang menarik	1 2 3 4 5

Kemudian berikut ini prediksi kuesioner dalam variabel keputusan nasabah yang akan peneliti lakukan, antara lain :

Tabel III. 6
Kisi-Kisi Kuesioner
Keputusan Nasabah (Y)

No.	Variabel Y	Indikator	Nomor Pertanyaan
	Keputusan Nasabah	1) Pengenalan Masalah 2) Pencarian Informasi 3) Evaluasi Alternatif	1 2 3

		4) Keputusan Pembelian	4
		5) Perilaku Pasca Pembelian	5

c. Teknik Wawancara

yaitu dengan mewawancarai seluruh masyarakat desa pudun jae yang sudah menjadi nasabah dengan cara melakukan pendahuluan berupa pertanyaan ringan kepada responden.⁶³

d. Dokumentasi

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dokumentasi bisa berupa momen, bentuk tulisan, foto-foto, atau karya dari seseorang. Dokumentasi bertujuan untuk membuktikan bahwa penelitian tersebut terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini penulis mencari data dengan penelitian berupa tulisan, foto-foto untuk mendukung penulisan.⁶⁴

E. Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25 sebagai alat pengolah data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

⁶³Hardani dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, hlm 313.

⁶⁴Hardani dkk., hlm 313.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah serangkaian teknik yang meliputi teknik pengumpulan, penyajian, dan peringkasan data. Analisis deskriptif juga bertujuan menunjukkan nilai maksimum, minimum, mean, dan *standar deviation* dari data yang terkumpul.⁶⁵

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang memiliki arti ketepatan, kecermatan dan sahnyanya suatu data penelitian digunakan, dalam implementasinya untuk kepentingan akademis dalam menempuh tugas akhir khususnya pada penelitian kuantitatif dalam menentukan sahnyanya suatu data digunakan dalam penelitian memiliki ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi.

Jika data yang digunakan dalam penelitian tidak memenuhi persyaratan validitas maka data penelitian dapat dikatakan tidak relevan dalam menggambarkan keadaan yang sesungguhnya atau memiliki tingkat validitas yang rendah, dalam menentukan data sudah tepat, cermat atau sah dalam penelitian dari data yang digunakan dapat ditentukan melalui uji *Pearson Product Moment*.

Adapun teknik korelasi yang bisa dipakai adalah teknik korelasi *person product moment* atau menggunakan aplikasi SPSS 25 untuk mengujinya. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu :

⁶⁵Herispon, *Modul Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Panduan Pengolahan Data Penelitian Menggunakan SPSS 23 Bagi Mahasiswa* (Pekanbaru: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau, 2020), hlm 13.

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ diuji dengan 2 sisi signifikan 0,1 maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ diuji dengan 2 sisi signifikan 0,1 maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid.⁶⁶

b. Uji Reliabilitas

Setelah data di uji melalui validitas selanjutnya dalam data kuantitatif diperlukan uji reliabilitas dengan maksud untuk mengetahui sejauh mana data yang diperoleh melalui instrumen penelitian telah memiliki tingkat kehandalan dalam menjelaskan keadaan yang terjadi pada sebuah objek penelitian yang akan dianalisis. Teknik yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah menggunakan metode Cronbach's Alpha dari masing – masing instrumen dalam suatu variabel instrumen yang dipakai dikatakan andai jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka instrumen yang dipakai dalam penelitian ini dapat dikatakan tidak *reliable*.⁶⁷

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk data penelitian khususnya pada penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif diperlukan uji statistik uji asumsi klasik yang dimana uji tersebut akan menguji kecocokan sebuah data yang digunakan untuk di uji secara regresi ataupun secara analisis jalur. Namun di

⁶⁶Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, *Metode Kuantitatif Praktis*, hlm 9.

⁶⁷Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, hlm 17.

dalam analisis berganda sangat diperlukan uji asumsi klasik dengan maksud apakah data penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat BLUE (*Best, linear, unbiased, estimated*) Pada umumnya uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas dan uji auto korelasi.

a. Uji Multikolinearitas

Asumsi Multikolinearitas adalah asumsi yang menunjukkan adanya hubungan linear yang kuat diantara beberapa variabel prediktor dalam suatu model regresi linear berganda. Model regresi yang baik memiliki variabel-variabel prediktor yang independen atau tidak berkorelasi. Pada pengujian asumsi ini, diharapkan asumsi Multikolinieritas tidak terpenuhi. Dengan nilai patokan VIF (*variance inflation factor*) kriteria yang digunakan adalah :

- 1) Jika nilai $VIF < 0,10$, maka dikatakan tidak terdapat masalah Multikolinearitas.
- 2) Jika nilai $VIF > 0,10$, maka dikatakan terdapat masalah Multikolinearitas.⁶⁸

b. Uji Autokorelasi

Asumsi Autokorelasi merupakan asumsi residual yang memiliki komponen/nilai yang berkorelasi berdasarkan waktu (urutan waktu) pada himpunan data itu sendiri.⁶⁹ Untuk memenuhi kriteria BLUE, model regresi harus terbebas dari gejala autokorelasi.

⁶⁸STATSDATA, "Uji Asumsi Klasik Regresi Linear," Statistical Data Analyst, hlm 2, <http://www.statsdata.my.id/>.

⁶⁹STATSDATA, hlm 4.

Khususnya masalah autokorelasi cenderung terjadi pada penelitian dengan menggunakan data *time series*, sementara itu sangat jarang terjadi pada penelitian dengan menggunakan data *cross section*. Algifari mengungkapkan bahwa untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat menggunakan uji statistik yaitu uji Durbin-Watson dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut.

- 1) Jika $DU < DW < 4-DU$ maka hipotesis diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2) Jika $DW < DL$ atau $DW < 4-DL$, maka hipotesis ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- 3) Jika $DL < DW$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.⁷⁰

c. Uji Heteroskedastisitas

Asumsi Heteroskedastisitas adalah asumsi residual dari model regresi yang memiliki varian tidak konstan. Pada pemeriksaan ini, diharapkan asumsi Heteroskedastisitas tidak terpenuhi karena model regresi linier berganda memiliki asumsi varian residual yang konstan (Homoskedastisitas). Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode pola grafik regresi, yaitu dengan melihat pada titik pada grafik regresi.

⁷⁰Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, *Metode Kuantitatif Praktis*, hlm 30.

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka terjadi Heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.⁷¹

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi Linear berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (Y) di dijelaskan oleh lebih dari satu variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_k$) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear.⁷² Adapun regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui lokasi (X_1), Harga (X_2), Produk (X_3), dan Promosi (X_4) terhadap keputusan nasabah (Y). Bentuk persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + \dots + b_n X_n + e$$

Keterangan :

Y	= Variabel dependen
a	= Konstanta
b	= Konstanta variabel X terhadap Y
X	= Variabel independen
e	= <i>Prediction error</i> (tingkat kesalahan)

⁷¹STATSDATA, "Uji Asumsi Klasik Regresi Linear," hlm 5.

⁷²Alya Fauziyah dkk., *Modul Statistika Ii 2013 (Part 2)*, 2013, hlm 102.

Jadi, dari persamaan rumusa di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

$$KN = a + b_1LK + b_2HG + b_3PD + b_4PR + e$$

Keterangan :

KN = Keputusan Nasabah

a = Konstanta

b = Konstanta perubahan variabel X terhadap Y

LK = Lokasi

HG = Harga

PD = Produk

PR = Promosi

e = *Prediction error* (tingkat kesalahan)

5. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Hipotesis parsial adalah hipotesis yang dilakukan secara masing – masing atau satu variabel independen terhadap variabel dependen dalam contoh di sini hipotesis X_1 terhadap Y dan X_2 terhadap Y yang dilakukan secara hipotesis terpisah. Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara individual (parsial) berdasarkan kriteria sebagai berikut :

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

2) Jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} maka H_0 ditolak, dan H_a diterima.⁷³

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Hipotesis simultan adalah hipotesis yang dilakukan secara bersamaan pada variabel penelitian yang dilakukan secara bersamaan adapun pada penelitian hipotesis simultan dalam menggunakan SPSS dapat diperoleh melalui uji ANOVA. Untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.

1) Jika $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} maka H_0 ditolak, dan H_a diterima.

2) Jika $F_{hitung} <$ dari F_{tabel} maka H_0 diterima, dan H_a ditolak.⁷⁴

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi adalah perbandingan total variasi dalam variabel terikat Y yang dapat dijelaskan oleh variasi dalam variabel bebas X. Koefisien determinasi (R^2) menggambarkan bagaian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu regresi Y terhadap X_1 , X_2 , dan X_3 . Hal ini diketahui bahwa berupa besarnya presentase sumbangan X_1 , X_2 dan X_3 terhadap variasi (naik turunnya) Y secara bersama-sama.⁷⁵

⁷³Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, *Metode Kuantitatif Praktis*, hlm 34.

⁷⁴Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, hlm 35.

⁷⁵Alya Fauziyah dkk., *Modul Statistika Ii 2013 (Part 2)*, hlm 81.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Desa Pudun Jae

Desa Pudun Jae merupakan salah satu desa yang terdapat di kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan Propinsi Sumatera Utara dengan luas wilayah 396 Ha. Secara administratif Desa Pudun Jae terdiri atas 5 lingkungan.

Adapun batas-batas Desa Pudun Jae adalah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : berbatasan dengan Kelurahan P. Matinggi
2. Sebelah Selatan : berbatasan dengan Palopat Pijor Koling
3. Sebelah Timur : berbatasan dengan desa Perkebunan Pijorkoling
4. Sebelah Barat : berbatasan dengan Kel Sihitang

B. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

1) Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari variabel lokasi yang telah diolah menggunakan SPSS versi 25 pada tahun 2021, yaitu sebagai berikut :

Tabel IV. 1
Hasil Uji Validitas Lokasi

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
LK_1	0,783	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 60-2=58$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2144$	Valid
LK_2	0,690		Valid
LK_3	0,771		Valid

Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji validitas Lokasi (X_1) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,2144. Hal tersebut menunjukkan pertanyaan 1 sampai 3 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

2) Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari variabel harga yang telah diolah menggunakan SPSS versi 25 pada tahun 2021, yaitu sebagai berikut :

Tabel IV. 2
Hasil Uji Validitas Harga

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
HG_1	0,764	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 60-2=58$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2144$	Valid
HG_2	0,656		Valid
HG_3	0,691		Valid
HG_4	0,704		Valid

Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji validitas Harga (X_2) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan

menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,2144. Hal tersebut menunjukkan pertanyaan 1 sampai 4 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

3) Hasil Uji Validitas Variabel Produk

Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari variabel produk yang telah diolah menggunakan SPSS versi 25 pada tahun 2021, yaitu sebagai berikut :

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas Produk

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PD_1	0,626	Instrumen valid, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 60-2=58$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,2144$	Valid
PD_2	0,754		Valid
PD_3	0,847		Valid

Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji validitas Produk (X_3) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,2144. Hal tersebut menunjukkan pertanyaan 1 sampai 3 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

4) Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari variabel promosi yang telah diolah menggunakan SPSS versi 25 pada tahun 2021, yaitu sebagai berikut :

Tabel IV. 4
Hasil Uji Validitas Promosi

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PR_1	0,681	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 60-2=58$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2144$	Valid
PR_2	0,562		Valid
PR_3	0,791		Valid
PR_4	0,563		Valid
PR_5	0,551		Valid

Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji validitas Promosi (X_4) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,2144. Hal tersebut menunjukkan pertanyaan 1 sampai 5 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

5) Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah

Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari variabel keputusan nasabah yang telah diolah menggunakan SPSS versi 25 pada tahun 2021, yaitu sebagai berikut :

Tabel IV. 5
Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KN_1	0,669	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 60-2=58$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2144$	Valid
KN_2	0,699		Valid
KN_3	0,680		Valid
KN_4	0,541		Valid
KN_5	0,443		Valid
KN_6	0,412		Valid
KN_7	0,584		Valid
KN_8	0,624		Valid
KN_9	0,482		Valid

KN_10	0,510		Valid
-------	-------	--	-------

Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji validitas Keputusan Nasabah (Y) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,2144. Hal tersebut menunjukkan pertanyaan 1 sampai 10 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Berikut ini adalah hasil dari uji reliabilitas yang telah diolah menggunakan SPSS versi 25 pada tahun 2021, yaitu sebagai berikut :

Tabel IV.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Keterangan
Lokasi	0,609	Instrumen reliabel, jika Cronbach's Alpha > 0,6	Reliabel
Harga	0,659		Reliabel
Produk	0,605		Reliabel
Promosi	0,630		Reliabel
Keputusan Nasabah	0,763		Reliabel

Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,6. Sebagaimana yang dijelaskan di atas maka dilihat kesimpulan instrument masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

2. Hasil Analisis Deskriptif

Berikut ini adalah hasil dari analisis deskriptif yang telah di olah menggunakan SPSS versi 25 pada tahun 2021, yaitu sebagai berikut :

Tabel IV.7
Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LK	60	6	14	12.02	1.891
HG	60	8	20	16.17	2.605
PD	60	4	15	12.13	2.111
PR	60	14	24	19.92	2.499
KN	60	22	48	40.43	4.428
Valid N (listwise)	60				

Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diatas terlihat pada variabel lokasi (LK) dengan jumlah data N sebanyak 60 mempunyai mean 11,89 dengan nilai minimum 6 dan nilai maksimum 15 serta *standard deviation* 2,006. Variabel harga (HG) dengan jumlah data N sebanyak 60, mempunyai mean 16,25 dengan nilai minimum 8 dan nilai maksimum 20 serta *standard deviation* 2,336. Variabel produk (PD) dengan jumlah data N sebanyak 60 mempunyai mean 11,98 dengan nilai minimum 4 dan nilai maksimum 15 serta *standard deviation* 2,025. Variabel promosi (PR) dengan jumlah data N sebanyak 60 mempunyai mean 19,39 dengan nilai minimum 6 dan nilai maksimum 24 serta *standard deviation* 3,046. Variabel keputusan nasabah (KN) dengan jumlah data N sebanyak 60 mempunyai mean 39,85 dengan nilai minimum 22 dan nilai maksimum 48 serta *standard deviation* 5,082.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Berikut ini adalah hasil dari uji multikolinearitas yang telah diolah menggunakan SPSS versi 25 pada tahun 2021, yaitu sebagai berikut :

Tabel IV. 8
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	28.682	7.233		3.965	.000		
	LK	-.197	.278	-.084	-.707	.483	.948	1.055
	HG	-.028	.220	-.016	-.126	.900	.798	1.253
	PD	-.202	.268	-.096	-.756	.453	.822	1.216
	PR	.854	.208	.482	4.110	.000	.972	1.029
a. Dependent Variable: KN								

Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan Tabel IV.8, dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* variabel lokasi adalah $0,948 > 0,1$, variabel harga adalah $0,798 > 0,1$, variabel produk adalah $0,822 > 0,1$, dan variabel promosi adalah $0,972 > 0,1$. Dapat disimpulkan bahwa nilai *Tolerance* dari keempat variabel diatas lebih besar dari 0,1 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *multikolinearitas*.

Selanjutnya berdasarkan nilai *variance inflation factor* (VIF) dari variabel lokasi adalah $= 1,055 < 10$, variabel harga adalah $= 1,253 < 10$, variabel produk adalah $= 1,216 < 10$, dan variabel promosi adalah

= 1,029 < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi, harga, produk, dan promosi diatas lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi persoalan *multikolinearitas*.

b. Hasil Uji Autokorelasi

Berikut ini adalah hasil dari uji autokorelasi yang telah diolah menggunakan SPSS versi 25 pada tahun 2021, yaitu sebagai berikut :

Tabel IV. 9
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Mod el	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	.514 ^a	.264	.211	3.934	1.692
a. Predictors: (Constant), PR, PD, LK, HG					
b. Dependent Variable: KN					

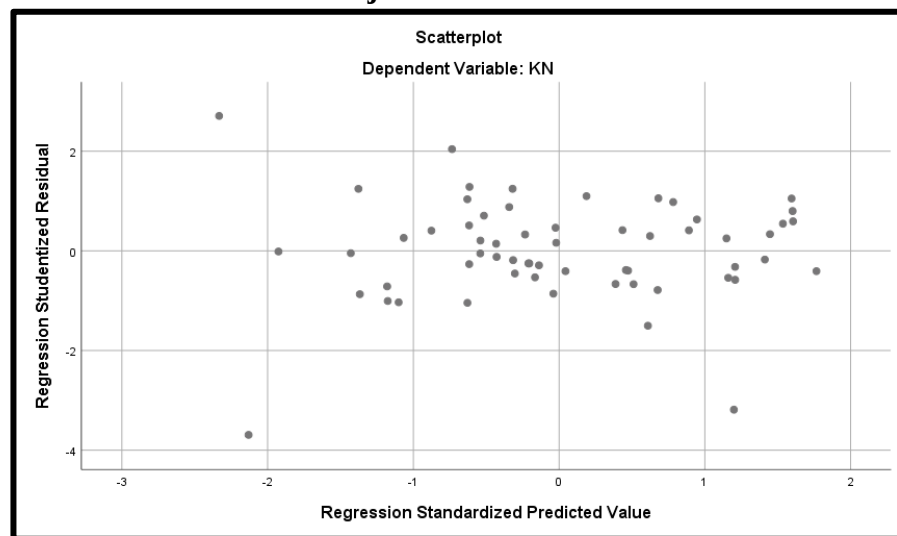
Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan Tabel IV. 9 diketahui bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,692 dengan $n = 60$ dan $k = 4$ didapat nilai $DL = 1,4201$ dan $DU = 1,7246$. Jadi nilai $4-DL = 2,5799$ dan $4-DU = 2,2754$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan uji autokorelasi pada bagian metode penelitian, hasil dari uji autokorelasi diatas terdapat pada pilihan ketiga, Sehingga dapat disimpulkan bahwa $DL < DW = 1,4201 < 1,692$ yang hasilnya tidak ada kepastian *Autokorelasi* antara variabel lokasi, harga, produk, dan promosi terhadap keputusan nasabah.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini adalah hasil dari uji heteroskestisitas yang telah diolah menggunakan SPSS versi 25 pada tahun 2021, yaitu sebagai berikut :

Gambar IV.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan gambar IV.1 dapat dilihat bahwa diagram pancar residual tidak membentuk suatu pola tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa regresi tersebut terbebas dari kasus *heteroskedastisitas*.

4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen lokasi (X_1), harga (X_2), produk (X_3), dan promosi (X_4) terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah (Y).

Tabel IV. 10
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.682	7.233		3.965	.000
	LK	-.197	.278	-.084	-.707	.483
	HG	-.028	.220	-.016	-.126	.900
	PD	-.202	.268	-.096	-.756	.453
	PR	.854	.208	.482	4.110	.000
a. Dependent Variable: KN						

Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan Tabel IV.10 dapat disimpulkan bahwa *Unstandardized Coefficients* tabel diatas maka persentase analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah :

$$KN = 28,682 - 0,197 - 0,028 - 0,202 + 0,854 + 7,233$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai Konstanta (a) sebesar 28,682 artinya apabila lokasi, harga, produk, dan promosi nilainya 0, maka keputusan nasabah menggunakan produk di Bank Syariah sebesar 9,758 satuan.
- b. Nilai koefisien variabel lokasi (b_1) sebesar -0,197 artinya jika lokasi meningkat 1 satuan, maka keputusan nasabah mengalami penurunan sebesar 0,197 satuan, dan variabel independen yang lain dianggap nilainya tetap.
- c. Nilai koefisien variabel harga (b_2) sebesar -0,028 artinya jika harga meningkat 1 satuan, maka keputusan nasabah mengalami penurunan

sebesar 0,028 satuan, dan variabel independen yang lain dianggap nilainya tetap.

- d. Nilai koefisien variabel produk (b_3) sebesar -0,202 artinya jika produk meningkat 1 satuan, maka keputusan nasabah mengalami penurunan sebesar 0,202 satuan, dan variabel independen yang lain dianggap nilainya tetap.
- e. Nilai koefisien variabel promosi (b_4) sebesar 0,854 artinya jika promosi meningkat 1 satuan, maka keputusan nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,854 satuan, dan variabel independen yang lain dianggap nilainya tetap.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Adapun hasil regresi *output* sebagai berikut:

Tabel IV.11
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.682	7.233		3.965	.000
	LK	-.197	.278	-.084	-.707	.483
	HG	-.028	.220	-.016	-.126	.900
	PD	-.202	.268	-.096	-.756	.453
	PR	.854	.208	.482	4.110	.000

a. Dependent Variable: KN

Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan Hasil penelitian uji t Tabel IV.11, variabel-variabel penelitian secara parsial adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel lokasi sebesar -0,707 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (60-4-1) = 55$ hasil yang diperoleh t_{tabel} sebesar = 1,297134 yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah.

2) Pengaruh Harga terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel harga sebesar -0,126 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (60-4-1) = 55$ hasil yang diperoleh t_{tabel} sebesar = 1,297134 yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah.

3) Pengaruh Produk terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel Produk sebesar -0,756 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (60-4-1) = 55$ hasil yang diperoleh t_{tabel} sebesar = 1,297134 yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,10.

Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah.

4) Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel Promosi sebesar 4,110 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (60-4-1) = 55$ hasil yang diperoleh t_{tabel} sebesar = 1,297134 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah.

b. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Adapun hasil regresi *output* sebagai berikut:

Tabel IV.12
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.738	4	76.435	4.940	.002 ^b
	Residual	850.995	55	15.473		
	Total	1156.733	59			
a. Dependent Variable: KN						
b. Predictors: (Constant), PR, PD, LK, HG						

Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (uji F) Tabel IV.12 dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 4,940 dan F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $60-4-1 =$

55 yang diperoleh nilainya sebesar 2,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,940 > 2,05$) dengan nilai signifikansi 0,10 artinya hipotesis diterima jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi, harga, produk, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

c. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model ini dianggap baik jika koefisien determinan sama dengan satu atau mendekati satu. Adapun hasil dari koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel IV.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.514 ^a	.264	.211	3.934
a. Predictors: (Constant), PR, PD, LK, HG				
b. Dependent Variable: KN				

Sumber : Data diolah, SPSS 25 Tahun 2021

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi Tabel IV.13 diperoleh nilai *R square* sebesar 0,264 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 26,4%.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada masyarakat Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan dan mengolah hasil jawaban para responden dari kuesioner yang peneliti sebarakan melalui aplikasi SPSS 25 adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan nilai R^2 (*R square*) sebesar 0,264 atau 26,4%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel lokasi, harga, produk, dan promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk di Bank Syariah sebesar 0,264 atau 26,4% sedangkan sisanya sebesar 0,736 atau 73,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

1. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel lokasi sebesar -0,707 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (60-4-1) = 55$ hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar = 1,297134 yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah.

Penelitian ini tidak sesuai dengan teori Lupiyoadi dan Hamdani yang menyatakan bahwa lokasi dalam bisnis jasa dimaksudkan sebagai cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi strategis.⁷⁶

⁷⁶Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm 34.

Penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Isna Dina Khurniya yang berjudul *Pengaruh Marketing Mix Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCP Salatiga)*. Menyatakan dalam penelitiannya bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Hal ini menandakan bahwa lokasi yang ada pada Bank Muamalat KCP Salatiga tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.⁷⁷

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel harga sebesar -0,126 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (60-4-1) = 55$ hasil yang diperoleh t_{tabel} sebesar = 1,297134 yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah.

Penelitian ini tidak sesuai dengan teori Sunarto penetapan harga adalah hal penting, karena harga menentukan nilai pendapatan yang diterima. Harga harus ditentukan dengan benar dalam arti tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah yang dapat menyebabkan kerugian dalam bagi hasil.⁷⁸

⁷⁷Isna Dina Khurniya, *Pengaruh Marketing Mix Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCP Salatiga)* (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2017).

⁷⁸Sunarto, *Pengantar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: UST Press, 2004), hlm 78.

Penelitian ini juga tidak sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Permata Shanti Nurmah Ashari yang berjudul Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syari'ah Pada Bank Syari'ah Mandiri KC Palembang Pasar 16 ILIR. Menyatakan dalam penelitiannya bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.⁷⁹

3. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel produk sebesar -0,756 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (60-4-1) = 55$ hasil yang diperoleh t_{tabel} sebesar = 1,297134 yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah.

Penelitian ini tidak sesuai dengan teori Fajar Laksana Produk bank yaitu jasa yang di tawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.⁸⁰

Penelitian ini juga tidak sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tandi Larasati Putri yang berjudul Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Salatiga

⁷⁹Permata Shanti Nurmah Ashari, *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syari'ah Pada Bank Syari'ah Mandiri KC Palembang Pasar 16 ILIR* (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2018).

⁸⁰Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm 99.

Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah. Menyatakan dalam penelitiannya bahwa variabel produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung.⁸¹

4. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah

Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel promosi sebesar 4,110 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (60-4-1) = 55$ hasil yang diperoleh t_{tabel} sebesar = 1,297134 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah.

Penelitian ini sesuai dengan teori Tjiptono, Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima.⁸²

Penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arum Agustina Kusnaningtyas yang berjudul Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Ponorogo. Menyatakan dalam penelitiannya bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.⁸³

⁸¹Tandi Larasati Putri, *Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah* (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2017).

⁸²Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3 (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010), hlm 83.

⁸³Arum Agustina Kusnaningtyas, *Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Ponorogo* (Skripsi Nstitut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2019).

5. Pengaruh Lokasi, Harga, Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (uji F) dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 4,940 dan F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $60-4-1 = 55$ yang diperoleh nilainya sebesar 2,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,940 > 2,05$) dengan nilai signifikansi 0,10 artinya hipotesis diterima jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi, harga, produk, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah.

Penelitian ini sesuai dengan teori Ginting yaitu keputusan merupakan suatu reaksi seseorang terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisis kemungkinan-kemungkinan dari alternatif tersebut.⁸⁴

Penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muara Hamdani Simamora yang berjudul Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Kabupaten Simalungun. Menyatakan dalam penelitiannya

⁸⁴N. F. H. Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Kedua (Bandung: Yrama Widya, 2012), hlm 101.

bahwa Secara simultan variabel lokasi, harga, lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menabung.⁸⁵

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantaranya keterbatasan yang dihadapi peneliti dalam melaksanakan peneliti dari penyusunan skripsi ini sebagai berikut:

1. Keterbatasan pada penggunaan variabel Lokasi, Harga, Produk, dan Promosi sebagai variabel yang memengaruhi keputusan nasabah.
2. Dalam penyebaran kuesioner peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga dapat mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
3. Keterbatasan dalam materi seperti buku-buku referensi yang dibutuhkan peneliti dalam penulisan skripsi ini membuat peneliti mendapatkan kendala dalam teorinya.

Walaupun demikian peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian agar penelitian ini maksimal. Akhirnya dengan segala upaya kerja keras usaha dan bantuan dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

⁸⁵Muara Hamdani Simamora, *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Kabupaten Simalungun* (Medan: Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji t penelitian ini, menunjukkan bahwa Lokasi secara Parsial tidak terdapat pengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Bank Syariah;
2. Berdasarkan hasil uji t penelitian ini, menunjukkan bahwa Harga secara Parsial tidak terdapat pengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Bank Syariah;
3. Berdasarkan hasil uji t penelitian ini, menunjukkan bahwa Produk secara Parsial tidak terdapat pengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Bank Syariah;
4. Berdasarkan hasil uji t penelitian ini, menunjukkan bahwa Promosi secara Parsial terdapat pengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Bank Syariah;
5. Berdasarkan hasil uji F penelitian ini, menunjukkan bahwa Lokasi, Harga, Produk, dan Promosi secara Simultan terdapat pengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Bank Syariah.

B. Saran-Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel independen lain yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan Bank Syariah, misalnya Religiusitas, Persepsi, dan lainnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat memastikan bahwa responden menjawab kuesioner penelitian secara jujur, agar penelitian selanjutnya lebih baik kedepannya.
3. Bagi akademik dan perpustakaan diharapkan agar lebih banyak menyediakan literasi yang dibutuhkan oleh peneliti seperti buku-buku, jurnal dan skripsi yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam proses penelitian agar lebih mempermudah penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU

- A. Payne. *Service marketing pemasaran jasa*. Yogyakarta, 2006.
- Alex Nitisemito. *Marketing*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1981.
- Alya Fauziyah, Taufik Nur Rachman, Deasy Puspasari, Yessica Sardina Purba, Karina Indri, Rudolf P. Purba, Ahmad Hamdi, dkk. *Modul Statistika Ii 2013 (Part 2)*, 2013.
- Andrianto dan Anang Firmansyah. *Manajemen Bank Syariah (Implementansi Teori Dan Praktek)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Ascarya dan Diana Yumanita. *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan, 2005.
- Buchari Alma. *Manajememen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2000.
- Djaslim dan Saladin. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Fajar Laksana. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- . *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliy, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, dan Ria Rahmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Herispon. *Modul Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Panduan Pengolahan Data Penelitian Menggunakan SPSS 23 Bagi Mahasiswa*. Pekanbaru: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau, 2020.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafi indo Persada., 2000.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: PT Indeks, 2007.
- Lupiyoadi, dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.

- Marimin. *Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok*. Bogor: IPB, 2010.
- Marsudi Djojodipuro. *Teori Lokasi*. Jakarta: CV. Pena Persada, 2012.
- Muchtar Ali. *Buku Saku Perbankan Syariah*. Direktorat Urusan Agama Islam Dan Pembinaan Syariah: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2013.
- Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- N. F. H. Ginting. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Kedua. Bandung: Yrama Widya, 2012.
- Nugroho Setiadi. *Perilaku konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana, 2010.
- P. Kotler. *Manajemen pemasaran di Indonesia : analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran (alih bahasa : Benyamin Molan)*. Edisi kesebelas. Jilid 1. Jakarta: Index, 2005.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2008.
- R. Harjanto. *Prinsip-prinsip periklanan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita. *Metode Kuantitatif Praktis*. Bandung: PT. Bima Pratama Sejahtera, 2018.
- S. Assauri. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press, 2007.
- STATSDATA. "Uji Asumsi Klasik Regresi Linear." *Statistical Data Analyst*, <http://www.statsdata.my.id/>.
- Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sunarto. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: UST Press, 2004.
- Swastha dan Basu DH. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Penerbit BPFE, 2006.
- Syahrums dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Ciptapustaka Media, 2012.
- Zulian dan Yamit. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia, 2001.

SUMBER JURNAL

- Budi Gautama Siregar. "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan." *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman* Vol. 04 (Juni 2018): No. 1.
- Fifyanita dan Ghanimata. "Analisi Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)." *Diponegoro Journal Of Management* Volume 1, no. Nomor 2 (2012). <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/djom>.
- Muhammad Isa. "Pengetahuan, Persepsi Dan Sikap Pengurus Masjid Terhadap Perbankan Syariah (Studi Di Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal)." *j-EBIS* Vol. 3 (April 2018): No. 1.

SUMBER SKRIPSI

- Arum Agustina Kusnaningtyas. *Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Ponorogo*. Skripsi Nstitut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2019.
- Isna Dina Khurniya. *Pengaruh Marketing Mix Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCP Salatiga)*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2017.
- Muara Hamdani Simamora. *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Kabupaten Simalungun*. Medan: Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019.
- Permata Shanti Nurmah Ashari. *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syari'ah Pada Bank Syari'ah Mandiri KC Palembang Pasar 16 ILIR*. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2018.
- Tandi Larasati Putri. *Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Salatiga Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2017.

HASIL WAWANCARA

Data Kependudukan Desa Pudun Jae Bulan November 2020.

Hasil Wawancara dengan bapak Sukirno, Selaku Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan Batunadua, pada tanggal 11 September 2020, Pukul 11:00 WIB.

Hasil Wawancara dengan ibu Sumarni, Selaku Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan Batunadua, pada tanggal 11 September 2020, Pukul 09:00 WIB.

Hasil Wawancara dengan saudara Islah, Selaku Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan Batunadua, pada tanggal 11 September 2020, Pukul 14:00 WIB.

Hasil Wawancara dengan saudari Meli, Selaku Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan Batunadua, pada tanggal 11 September 2020, Pukul 15:00 WIB.

Hasil Wawancara dengan saudari Ulfa, Selaku Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan Batunadua, pada tanggal 12 September 2020, Pukul 13:00 WIB.

CURRICULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

A. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : SRI SUNDHARI
2. Nama Lengkap : SUNDHARI / ICUN
3. Tempat/Tgl. Lahir : Pudun Jae, 12 Mei 1999
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Anak Ke : 1 dari 5 Bersaudara
6. Alamat : JL. Perintis Kemerdekaan
Lk. III, Desa Pudun Jae, Kecamatan
Padangsidempuan Batunadua, Kota
Padangsidempuan.
7. Agama : Islam

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. Tahun 2004-2010 : SD NEGERI 200311
2. Tahun 2010-2014 : SMP NEGERI 5 Padangsidempuan
3. Tahun 2014-2017 : MA NEGERI Kisaran
4. Tahun 2017-2021 : Program Sarjana (Strata-1) Perbankan
Syariah IAIN Padangsidempuan

C. DATA ORANG TUA/WALI

1. Nama Ayah : Sukirno
2. Pekerjaan : Wiraswasta
3. Nama Ibu : Sumarni
4. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
8. Alamat : JL. Perintis Kemerdekaan
Lk. III, Desa Pudun Jae, Kecamatan
Padangsidempuan Batunadua, Kota
Padangsidempuan.

D. MOTTO HIDUP

“Kesuksesan itu bukan ditunggu, tetapi diwujudkan lewat usaha dan kegigihan”.

SURAT VALIDASI KUESIONER

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

NIP : 198411302018012001

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

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah

Yang disusun oleh:

Nama : Sri Sundhari

Nim : 17 401 00096

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.

Padangsidimpuan, April 2021

Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 198411302018012001

**LEMBAR VALIDASI
KUESIONER LOKASI**

Petunjuk :

1. Saya 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
	(+)	(-)			
Keterjangkauan lokasi	1				
Kelancaran akses menuju jalan	2				
Kedekatan lokasi	3				

Catatan:

.....
.....
.....
.....
.....

Padangsidimpuan, April 2021
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 198411302018012001

**LEMBAR VALIDASI
KUESIONER HARGA**

Petunjuk :

1. Saya 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
	(+)	(-)			
Keterjangkauan harga	1				
Kesesuaian harga	2				
Daya saing harga	3				
Kesesuaian harga dengan manfaat	4				

Catatan:

.....
.....
.....
.....
.....

Padangsidimpuan, April 2021
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 198411302018012001

**LEMBAR VALIDASI
KUESIONER PRODUK**

Petunjuk :

1. Saya 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
	(+)	(-)			
Manfaat produk	1				
Bentuk produk	2				
Atribut produk	3				

Catatan:

.....
.....
.....
.....
.....

Padangsidimpuan, April 2021
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
KUESIONER PROMOSI

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Undian	1				
Iklan	2				
Brosur dan leaflet	3				
Bank melakukan promosi dengan pendekatan secara personal	4				
Promosi yang menarik	5				

Catatan:

.....

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, April 2021
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
KUESIONER KEPUTUSAN NASABAH

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Pengenalan Masalah	1, 2				
Pencarian Informasi	3, 4				
Evaluasi Alternatif	5, 6				
Keputusan Pembelian	7, 8				
Perilaku Pasca Pembelian	9	10			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, April 2021
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 198411302018012001

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Strata 1 (S1) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, saya :

Nama : Sri Sundhari

NIM : 17 401 00096

Jurusan/Fakultas : Perbankan Syariah – Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah**” Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh – sungguh.

Atas bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, April 2021

Hormat Saya

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk pengisian pertanyaan :

1. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan tanda silang (x) pada kotak yang tersedia.
2. Mohon supaya menjawab satu jawaban yang paling sesuai untuk setiap pertanyaan yang diberikan.
3. Mohon kiranya saudara/saudari setelah selesai mengisi kuesioner menyerahkan kembali kepada yang memberi.

Alternatif pilihan:

SS	: Sangat Setuju	Diwakili dengan angka 5
S	: Setuju	Diwakili dengan angka 4
KS	: Kurang Setuju	Diwakili dengan angka 3
TS	: Tidak Setuju	Diwakili dengan angka 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	Diwakili dengan angka 1

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :
4. Usia :
5. Pendidikan :
 - a. SD/Sederajat
 - b. SMP/Sederajat
 - c. SMA/Sederajat
 - d. Diploma (D1-D3)
 - e. Sarjana (S1)
6. Pekerjaan :
 - a. Petani
 - b. Buruh
 - c. Pedagang
 - d. Wiraswasta
 - e. Pegawai Swasta
 - f. PNS/TNI/Polri
 - g. Lainnya.....
7. Status Pernikahan :

a. Menikah

b. Belum Menikah

8. Nasabah Bank Syariah :

a. Iya

b. Tidak

Lokasi (X₁)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
Keterjangkauan lokasi						
1.	Saya memilih Bank Syariah karena lokasi yang strategis.					
Kelancaran akses menuju jalan						
2.	Saya memilih Bank Syariah karena jalan akses dan lalu lintas menuju lokasi mudah.					
Kedekatan lokasi						
3.	Saya memilih Bank Syariah karena Lokasi ATM yang strategis dan berada dimana dimana.					

Harga (X₂)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
Keterjangkauan harga						
1.	Saya tertarik dan memilih di Bank Syariah, karena kualitas jasa dalam pelayanannya bagus dengan harga produk yang ringan di setoran awal menabung.					
Kesesuaian harga						
2.	Saya memilih di Bank Syariah, karena kualitas dalam penawaran produk-produk pada Bank Syariah mendapatkan fasilitas ATM secara gratis dibandingkan di bank konvensional.					
Daya saing harga						
3.	Saya tertarik dan memilih di Bank Syariah karena biaya administrasi rendah.					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
4.	Saya memilih di Bank Syariah, karena harga dapat mensejahterakan masyarakat.					

Produk (X₃)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
Manfaat produk						
1.	Adanya produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah sesuai dengan kebutuhan dan sangat bermanfaat bagi saya.					
Bentuk produk						
2.	Adanya produk-produk yang membuat saya tertarik untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.					
Atribut produk						
3.	Persyaratan dalam produk-produk di Bank Syariah sangat mudah.					

Promosi (X₄)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
Undian						
1.	Saya memilih Bank Syariah karena tertarik undian yang ditawarkan Bank Syariah					
Iklan						
2.	Saya memilih Bank Syariah karena adanya iklan yang menarik dari Bank Syariah.					
Brosur dan leaflet						
3.	Saya memilih Bank Syariah karena adanya brosur/leaflet yang diberikan oleh Bank Syariah					
Bank melakukan promosi dengan pendekatan secara personal						
4.	Saya memilih Bank Syariah karena Bank Syariah melakukan promosi secara personal kepada nasabah					
Promosi yang menarik						
5.	Saya memilih Bank Syariah karena Bank Syariah menawarkan promosi yang menarik.					

Keputusan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
Pengenalan Masalah						
1.	Saya menggunakan produk Bank Syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Saya memiliki Bank Syariah karena pengaruh pekerjaan					
Pencarian Informasi						
3.	Saya mencari informasi mengenai Bank Syariah					
4.	Saya mengenal Bank Syariah dari keluarga					
Evaluasi Alternatif						
5.	Bank Syariah melakukan iklan yang menarik					
6.	Dengan berbagai pertimbangan saya memiliki Bank Syariah					
Keputusan Pembelian						
7.	Ketika mendengar Bank Syariah saya tertarik menggunakannya					
8.	Saya merasa lebih dan mantap ketika bertransaksi menggunakan Bank Syariah					
Perilaku Pasca Pembelian						
9.	Saya merasa puas menggunakan produk Bank Syariah					
10.	Saya tidak puas menggunakan Bank Syariah karena prosesnya lambat					

Jawaban Responden Variabel Lokasi (X_1)

No.	LK1	LK2	LK3	TOTAL
1	5	4	5	14
2	1	4	2	7
3	4	5	4	13
4	4	5	4	13
5	4	5	4	13
6	4	5	5	14
7	5	4	4	13
8	4	5	5	14
9	5	4	5	14
10	4	5	4	13
11	5	4	5	14
12	4	4	4	12
13	4	4	4	12
14	5	4	4	13
15	4	4	3	11
16	4	3	4	11
17	4	3	4	11
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	5	5	4	14
21	5	5	4	14
22	4	3	3	10
23	4	4	3	11
24	4	4	4	12
25	4	4	3	11
26	2	3	1	6
27	2	4	4	10
28	4	3	2	9
29	3	4	5	12
30	3	4	4	11
31	2	3	4	9
32	4	5	4	13
33	5	4	5	14
34	5	4	3	12
35	5	4	5	14
36	4	5	4	13
37	5	5	4	14
38	5	5	4	14

39	5	4	4	13
40	3	4	4	11
41	5	4	3	12
42	4	3	4	11
43	4	3	4	11
44	4	5	3	12
45	4	4	3	11
46	4	3	5	12
47	3	4	5	12
48	2	2	2	6
49	4	5	3	12
50	4	5	5	14
51	4	3	4	11
52	4	4	5	13
53	4	5	5	14
54	3	4	3	10
55	5	5	4	14
56	5	4	3	12
57	5	4	5	14
58	4	4	3	11
59	4	5	4	13
60	4	5	4	13
61	3	4	3	10
62	5	5	4	14
63	4	5	4	13
64	4	4	4	12
65	5	4	5	14
66	5	4	5	14
67	2	5	3	10
68	5	5	5	15
69	2	4	3	9
70	4	3	2	9
71	3	3	4	10
72	5	4	3	12
73	4	3	3	10
74	3	5	4	12
75	2	2	3	7
76	2	3	5	10
77	5	5	5	15
78	4	5	5	14
79	4	4	3	11

80	3	2	4	9
----	---	---	---	---

Jawaban Responden Variabel Harga (X₂)

No.	HG1	HG2	HG3	HG4	TOTAL
1	5	4	5	5	19
2	5	4	3	5	17
3	5	4	4	4	17
4	5	5	4	4	18
5	5	4	4	4	17
6	5	4	4	3	16
7	5	4	4	4	17
8	4	4	5	4	17
9	5	4	4	4	17
10	4	4	4	3	15
11	4	5	4	4	17
12	4	4	3	3	14
13	5	3	4	4	16
14	5	4	4	4	17
15	5	4	4	4	17
16	4	2	3	5	14
17	3	4	5	4	16
18	3	5	4	5	17
19	3	4	3	5	15
20	5	4	4	4	17
21	4	5	3	4	16
22	5	5	4	5	19
23	5	5	4	5	19
24	5	4	5	4	18
25	5	5	4	5	19
26	5	3	4	5	17
27	5	5	5	4	19
28	5	4	5	5	19
29	5	4	5	5	19
30	5	4	3	4	16
31	5	4	3	5	17
32	4	3	4	3	14
33	5	4	3	4	16
34	5	4	3	5	17
35	5	4	5	3	17
36	5	4	5	3	17

37	5	4	4	4	17
38	3	4	3	5	15
39	5	3	4	5	17
40	5	4	5	3	17
41	5	4	3	5	17
42	5	4	4	5	18
43	5	4	5	3	17
44	3	5	4	5	17
45	5	5	4	5	19
46	4	3	5	4	16
47	5	5	4	5	19
48	4	5	3	4	16
49	5	4	5	4	18
50	4	3	4	5	16
51	4	3	4	3	14
52	5	4	5	4	18
53	3	4	5	4	16
54	4	5	3	4	16
55	5	4	5	3	17
56	4	3	5	3	15
57	3	4	2	4	13
58	5	3	4	4	16
59	2	3	4	3	12
60	4	3	4	4	15
61	4	5	3	5	17
62	5	3	4	5	17
63	5	4	4	4	17
64	3	5	4	5	17
65	4	3	5	5	17
66	5	4	5	5	19
67	3	5	4	5	17
68	5	4	5	5	19
69	3	4	2	4	13
70	3	3	4	4	14
71	3	3	4	4	14
72	5	4	3	3	15
73	3	4	5	4	16
74	5	5	5	5	20
75	2	2	3	3	10
76	2	2	1	3	8
77	3	3	2	2	10

78	3	3	1	1	8
79	5	4	5	4	18
80	4	3	4	3	14

Jawaban Responden Variabel Produk (X₃)

No.	PD1	PD2	PD3	TOTAL
1	5	5	4	14
2	5	4	4	13
3	4	4	4	12
4	4	5	4	13
5	4	4	4	12
6	3	4	3	10
7	4	4	3	11
8	3	4	4	11
9	4	4	4	12
10	4	5	5	14
11	4	5	5	14
12	4	4	3	11
13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	3	4	4	11
16	3	2	3	8
17	2	2	4	8
18	4	4	3	11
19	4	3	4	11
20	3	3	4	10
21	4	2	3	9
22	5	4	5	14
23	4	5	4	13
24	5	5	4	14
25	5	5	4	14
26	5	4	5	14
27	5	5	5	15
28	5	5	5	15
29	4	5	4	13
30	5	3	4	12
31	3	5	4	12
32	3	4	3	10
33	4	4	3	11
34	4	4	5	13

35	3	4	4	11
36	5	4	3	12
37	5	3	4	12
38	5	2	2	9
39	4	4	5	13
40	5	4	5	14
41	4	4	3	11
42	4	4	4	12
43	4	4	5	13
44	5	3	4	12
45	4	5	5	14
46	5	5	4	14
47	4	5	4	13
48	4	4	4	12
49	3	4	5	12
50	3	4	5	12
51	4	3	4	11
52	4	5	5	14
53	5	4	5	14
54	3	4	4	11
55	5	5	4	14
56	5	5	4	14
57	5	2	5	12
58	4	5	5	14
59	5	2	4	11
60	4	4	3	11
61	3	3	3	9
62	5	5	4	14
63	4	4	3	11
64	4	3	5	12
65	4	2	2	8
66	5	2	3	10
67	3	5	5	13
68	5	4	5	14
69	4	4	4	12
70	4	3	2	9
71	4	5	5	14
72	5	5	5	15
73	5	3	4	12
74	4	5	4	13
75	2	3	2	7

76	1	2	1	4
77	5	5	5	15
78	4	5	4	13
79	4	3	4	11
80	4	3	4	11

Jawaban Responden Variabel Promosi (X₄)

No.	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	TOTAL
1	5	4	4	4	5	22
2	5	4	5	5	5	24
3	3	4	4	4	4	19
4	4	4	3	4	4	19
5	4	4	4	3	4	19
6	3	3	4	4	4	18
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	4	3	3	3	4	17
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	5	4	4	4	4	21
13	5	4	3	4	5	21
14	4	3	4	4	4	19
15	3	4	4	4	4	19
16	2	4	2	4	2	14
17	4	4	4	2	4	18
18	2	3	4	3	4	16
19	3	4	2	4	4	17
20	4	4	4	4	4	20
21	5	3	1	3	3	15
22	5	4	3	5	5	22
23	5	4	5	4	4	22
24	4	5	5	5	5	24
25	2	2	2	3	5	14
26	4	3	4	5	4	20
27	5	5	5	4	5	24
28	4	4	4	4	5	21
29	5	4	5	4	5	23
30	3	4	4	3	4	18
31	3	4	4	5	3	19
32	4	3	3	4	3	17

33	4	3	4	5	4	20
34	3	4	4	3	4	18
35	4	5	5	4	4	22
36	4	5	3	3	5	20
37	5	4	5	5	5	24
38	3	4	3	4	3	17
39	4	5	4	3	5	21
40	4	5	3	5	4	21
41	4	5	4	4	4	21
42	3	4	4	3	5	19
43	3	4	3	4	4	18
44	4	5	5	5	4	23
45	4	5	5	4	5	23
46	3	3	5	4	5	20
47	5	4	5	5	5	24
48	3	5	3	5	3	19
49	4	5	5	4	3	21
50	4	3	4	3	5	19
51	4	3	4	5	4	20
52	4	5	5	5	5	24
53	3	4	3	4	4	18
54	5	4	5	5	4	23
55	4	2	3	3	5	17
56	4	5	4	4	5	22
57	3	5	4	5	3	20
58	4	4	4	3	4	19
59	3	4	3	4	3	17
60	4	4	5	5	5	23
61	4	4	4	4	4	20
62	5	4	4	5	3	21
63	3	4	5	4	4	20
64	4	5	4	4	3	20
65	5	3	4	5	4	21
66	5	3	1	2	3	14
67	4	4	3	5	4	20
68	3	3	4	5	2	17
69	3	5	2	4	5	19
70	3	4	5	4	5	21
71	2	3	3	2	3	13
72	3	3	4	2	5	17
73	4	5	3	5	4	21

74	4	3	3	3	4	17
75	3	2	2	2	3	12
76	1	1	1	1	2	6
77	5	4	5	4	4	22
78	3	4	3	3	5	18
79	3	4	4	3	3	17
80	4	3	4	5	4	20

Jawaban Responden Variabel Keputusan Nasabah (Y)

No.	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	KN9	KN10	TOTAL
1	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	44
2	5	5	4	5	4	5	3	4	3	5	43
3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	40
4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	38
5	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	35
6	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	39
7	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
8	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	39
9	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
10	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
11	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	39
12	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	43
13	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	39
14	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
15	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
16	2	2	1	3	2	3	2	2	3	2	22
17	5	5	3	5	4	5	5	4	5	2	43
18	3	4	2	4	3	4	4	3	3	4	34
19	2	4	3	4	5	4	3	4	2	4	35
20	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
21	4	3	4	3	5	4	2	4	4	3	36
22	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
23	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	46
24	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
25	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
26	3	5	4	3	4	3	5	4	3	5	39
27	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
28	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	46
29	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	44
30	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	41

31	3	4	4	5	3	4	3	4	5	4	39
32	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	34
33	5	3	4	3	4	3	3	4	4	5	38
34	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	44
35	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	43
36	4	3	5	4	4	3	4	3	5	4	39
37	5	4	4	5	5	3	5	4	4	4	43
38	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
39	5	3	5	4	4	3	3	4	5	4	40
40	2	3	4	4	3	5	3	2	5	5	36
41	4	3	3	4	4	5	3	4	5	4	39
42	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	40
43	3	4	3	4	4	3	5	4	5	4	39
44	4	4	5	4	5	5	2	3	4	5	41
45	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
46	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
47	4	5	5	5	3	5	5	4	5	4	45
48	5	4	5	3	4	5	3	4	5	4	42
49	5	4	3	4	3	4	5	4	5	3	40
50	4	4	3	5	4	3	4	3	4	5	39
51	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	41
52	4	5	4	5	2	3	5	5	4	5	42
53	4	5	4	3	4	5	3	4	5	3	40
54	5	4	3	5	4	4	3	4	5	4	41
55	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
56	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
57	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	44
58	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	41
59	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	34
60	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	31
61	5	5	4	5	3	5	5	5	3	4	44
62	3	4	4	4	3	5	2	4	5	5	39
63	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
64	5	5	3	4	4	5	3	4	5	5	43
65	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	45
66	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	42
67	4	4	5	3	4	5	3	4	5	5	42
68	4	5	4	4	5	5	2	3	4	3	39
69	3	4	3	4	5	5	3	4	5	3	39
70	4	4	2	3	5	4	2	2	3	3	32
71	1	1	1	1	3	3	5	4	4	1	24

72	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	44
73	3	4	2	4	3	4	3	4	3	5	35
74	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	42
75	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	26
76	3	3	3	3	2	2	4	2	2	1	25
77	3	3	2	5	3	3	5	4	5	5	38
78	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	43
79	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	37
80	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	41

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=LK1 LK2 LK3 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		Correlations			
		LK1	LK2	LK3	TOTAL
LK1	Pearson Correlation	1	.366**	.376**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.000
	N	80	80	80	80
LK2	Pearson Correlation	.366**	1	.312**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.001		.005	.000
	N	80	80	80	80
LK3	Pearson Correlation	.376**	.312**	1	.750**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005		.000
	N	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.792**	.716**	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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

```

RELIABILITY
/VARIABLES=LK1 LK2 LK3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

		Case Processing Summary	
		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.618	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LK1	7.95	1.896	.458	.474
LK2	7.81	2.357	.410	.545
LK3	8.01	2.139	.419	.530

CORRELATIONS
 /VARIABLES=HG1 HG2 HG3 HG4 TOTAL
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Correlations

		HG1	HG2	HG3	HG4	TOTAL
HG1	Pearson Correlation	1	.275*	.397**	.240*	.724**
	Sig. (2-tailed)		.013	.000	.032	.000
	N	80	80	80	80	80
HG2	Pearson Correlation	.275*	1	.169	.363**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.013		.133	.001	.000
	N	80	80	80	80	80
HG3	Pearson Correlation	.397**	.169	1	.199	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000	.133		.076	.000
	N	80	80	80	80	80
HG4	Pearson Correlation	.240*	.363**	.199	1	.656**
	Sig. (2-tailed)	.032	.001	.076		.000
	N	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.724**	.635**	.681**	.656**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80

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

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

```

RELIABILITY
/VARIABLES=HG1 HG2 HG3 HG4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.605	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HG1	11.95	3.213	.438	.482
HG2	12.34	3.771	.369	.540
HG3	12.31	3.357	.360	.548
HG4	12.15	3.572	.360	.544

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=PD1 PD2 PD3 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		Correlations			
		PD1	PD2	PD3	TOTAL
PD1	Pearson Correlation	1	.210	.343**	.665**
	Sig. (2-tailed)		.061	.002	.000
	N	80	80	80	80
PD2	Pearson Correlation	.210	1	.487**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.061		.000	.000
	N	80	80	80	80
PD3	Pearson Correlation	.343**	.487**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000
	N	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.665**	.776**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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

```
RELIABILITY
/VARIABLES=PD1 PD2 PD3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.615	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PD1	7.90	2.547	.318	.653
PD2	8.05	1.997	.430	.511
PD3	8.00	1.975	.539	.345

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=PR1 PR2 PR3 PR4 PR5 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		Correlations					
		PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	TOTAL
PR1	Pearson Correlation	1	.275*	.346**	.387**	.347**	.682**
	Sig. (2-tailed)		.014	.002	.000	.002	.000
	N	80	80	80	80	80	80
PR2	Pearson Correlation	.275*	1	.406**	.433**	.221*	.673**
	Sig. (2-tailed)	.014		.000	.000	.049	.000
	N	80	80	80	80	80	80
PR3	Pearson Correlation	.346**	.406**	1	.448**	.399**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
PR4	Pearson Correlation	.387**	.433**	.448**	1	.111	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.327	.000
	N	80	80	80	80	80	80
PR5	Pearson Correlation	.347**	.221*	.399**	.111	1	.587**
	Sig. (2-tailed)	.002	.049	.000	.327		.000
	N	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.682**	.673**	.777**	.706**	.587**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80

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

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

```

RELIABILITY
/VARIABLES=PR1 PR2 PR3 PR4 PR5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PR1	15.61	6.418	.476	.675
PR2	15.51	6.557	.476	.676
PR3	15.63	5.554	.581	.629
PR4	15.48	6.177	.496	.667
PR5	15.33	7.058	.371	.713

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=KN1 KN2 KN3 KN4 KN5 KN6 KN7 KN8 KN9 KN10 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		Correlations										
		KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	KN9	KN10	TOTAL
KN1	Pearson Correlation	1	.499**	.502**	.367**	.357**	.227*	.241*	.415**	.283*	.289**	.706**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.001	.042	.031	.000	.011	.009	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
KN2	Pearson Correlation	.499**	1	.416**	.430**	.255*	.497**	.270*	.341**	.226*	.407**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.022	.000	.015	.002	.044	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
KN3	Pearson Correlation	.502**	.416**	1	.338**	.355**	.246*	.133	.366**	.267*	.426**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.001	.028	.238	.001	.016	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
KN4	Pearson Correlation	.367**	.430**	.338**	1	.154	.192	.235*	.395**	.223*	.364**	.620**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.002		.174	.087	.036	.000	.047	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
KN5	Pearson Correlation	.357**	.255*	.355**	.154	1	.226*	.011	.192	.145	.175	.473**
	Sig. (2-tailed)	.001	.022	.001	.174		.044	.922	.089	.198	.120	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
KN6	Pearson Correlation	.227*	.497**	.246*	.192	.226*	1	-.125	.151	.359**	.282*	.495**
	Sig. (2-tailed)	.042	.000	.028	.087	.044		.269	.182	.001	.011	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
KN7	Pearson Correlation	.241*	.270*	.133	.235*	.011	-.125	1	.397**	.224*	.118	.440**
	Sig. (2-tailed)	.031	.015	.238	.036	.922	.269		.000	.046	.298	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
KN8	Pearson Correlation	.415**	.341**	.366**	.395**	.192	.151	.397**	1	.230*	.384**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.000	.089	.182	.000		.040	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
KN9	Pearson Correlation	.283*	.226*	.267*	.223*	.145	.359**	.224*	.230*	1	.236*	.527**
	Sig. (2-tailed)	.011	.044	.016	.047	.198	.001	.046	.040		.035	.000

N		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
KN10	Pearson	.289**	.407**	.426**	.364**	.175	.282*	.118	.384**	.236*	1	.624**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.001	.120	.011	.298	.000	.035		.000
N		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson	.706**	.733**	.692**	.620**	.473**	.495**	.440**	.639**	.527**	.624**	1
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

```
RELIABILITY
/VARIABLES=KN1 KN2 KN3 KN4 KN5 KN6 KN7 KN8 KN9 KN10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KN1	35.91	20.309	.601	.761
KN2	35.79	20.068	.635	.756
KN3	35.97	19.999	.571	.764
KN4	35.81	21.268	.502	.773
KN5	35.89	22.607	.337	.792
KN6	35.80	22.516	.366	.788
KN7	35.95	22.377	.264	.805
KN8	35.99	21.734	.545	.771
KN9	35.74	22.196	.400	.785
KN10	35.80	20.871	.494	.774

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LK	80	6	15	11.89	2.006
HG	80	8	20	16.25	2.336
PD	80	4	15	11.98	2.025
PR	80	6	24	19.39	3.046
KN	80	22	48	39.85	5.082
Valid N (listwise)	80				

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT KN
  /METHOD=ENTER LK HG PD PR.

```

Regression

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.758	4.201		2.323	.023		
	LK	.183	.213	.072	.859	.393	.995	1.005
	HG	.611	.208	.281	2.930	.004	.768	1.303
	PD	.529	.249	.211	2.123	.037	.714	1.400
	PR	.601	.167	.360	3.609	.001	.706	1.416

a. Dependent Variable: KN

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.687 ^a	.472	.444	3.791	2.212

a. Predictors: (Constant), PR, LK, HG, PD

b. Dependent Variable: KN

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PR, LK, HG, PD ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KN

b. All requested variables entered.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.758	4.201		2.323	.023
	LK	.183	.213	.072	.859	.393
	HG	.611	.208	.281	2.930	.004
	PD	.529	.249	.211	2.123	.037
	PR	.601	.167	.360	3.609	.001

a. Dependent Variable: KN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	962.385	4	240.596	16.742	.000 ^b
	Residual	1077.815	75	14.371		
	Total	2040.200	79			

a. Dependent Variable: KN

b. Predictors: (Constant), PR, LK, HG, PD

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 ^a	.472	.444	3.791

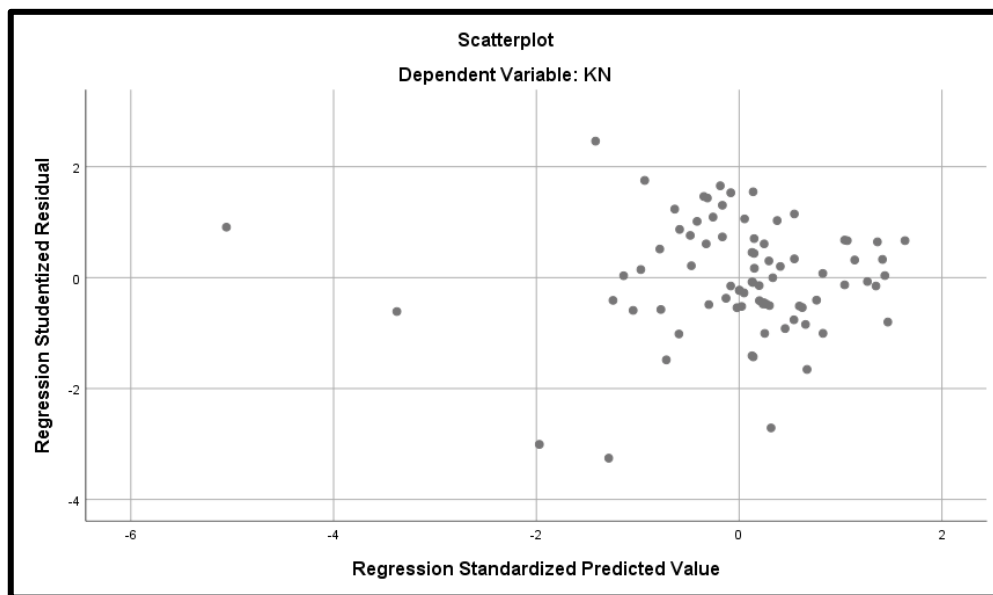
a. Predictors: (Constant), PR, LK, HG, PD

b. Dependent Variable: KN

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	LK	HG	PD	PR
1	1	4.935	1.000	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.030	12.772	.01	.60	.02	.10	.06
	3	.014	18.593	.02	.06	.36	.78	.03
	4	.013	19.855	.00	.01	.35	.11	.85
	5	.008	25.079	.97	.32	.27	.00	.05

a. Dependent Variable: KN



Lampiran 7
Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dl	dU	dl	dU	dl	dU	dl	dU	dl	dU
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967

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
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

$\alpha = 0.1$

	2	3	4	5	6	7
1	2.175543	2.176765	2.160379	2.023502	1.927817	1.856448
2	2.174519	2.175742	2.159322	2.022417	1.926706	1.855313
3	2.173642	2.174746	2.158294	2.021361	1.925626	1.854209
4	2.172729	2.173778	2.157293	2.020334	1.924574	1.853135
5	2.171841	2.172834	2.156319	2.019334	1.923550	1.852090
6	2.170975	2.171916	2.155371	2.018360	1.922554	1.851071
7	2.170132	2.171021	2.154446	2.017411	1.921582	1.850079
8	2.169311	2.170149	2.153546	2.016486	1.920636	1.849113
9	2.168510	2.169299	2.152668	2.015585	1.919713	1.848170
10	2.167729	2.168470	2.151812	2.014706	1.918814	1.847251
11	2.166967	2.167661	2.150977	2.013849	1.917936	1.846354
12	2.166223	2.166872	2.150162	2.013012	1.917080	1.845480
13	2.165497	2.166102	2.149367	2.012196	1.916244	1.844626
14	2.164789	2.165350	2.148590	2.011399	1.915428	1.843792
15	2.164097	2.164616	2.147832	2.010620	1.914631	1.842978
16	2.163421	2.163899	2.147091	2.009860	1.913852	1.842182
17	2.162760	2.163398	2.146368	2.009117	1.913091	1.841405
18	2.162115	2.162913	2.145660	2.008390	1.912348	1.840645
19	2.161483	2.162184	2.144969	2.007680	1.911621	1.839902
20	2.160866	2.161488	2.144292	2.006986	1.910910	1.839176
21	2.160262	2.160866	2.143631	2.006307	1.910214	1.838465
22	2.159671	2.160262	2.142983	2.005642	1.909534	1.837770
23	2.159093	2.159671	2.142350	2.004992	1.908868	1.837090
24	2.158527	2.159093	2.141730	2.004355	1.908217	1.836424
25	2.157973	2.158527	2.141123	2.003732	1.907578	1.835772
26	2.157430	2.157973	2.140529	2.003122	1.906954	1.835134
27	2.156899	2.157430	2.139947	2.002524	1.906342	1.834508
28	2.156378	2.156899	2.139376	2.001938	1.905742	1.833896
29	2.155868	2.156378	2.138817	2.001365	1.905154	1.833295
30	2.155368	2.155868	2.138270	2.000802	1.904579	1.832707
31	2.154877	2.155368	2.137733	2.000251	1.904014	1.832130
32	2.154396	2.154877	2.137206	1.999710	1.903461	1.831564
33	2.153925	2.154396	2.136690	1.999180	1.902918	1.831009
34	2.153462	2.153925	2.136183	1.998660	1.902385	1.830465
35	2.153009	2.153462	2.135687	1.998150	1.901863	1.829932
36	2.152564	2.153009	2.135199	1.997650	1.901350	1.829408
37	2.152127	2.152564	2.134721	1.997158	1.900847	1.828894
38	2.151698	2.152127	2.134251	1.996676	1.900354	1.828389
39	2.151277	2.151698	2.133790	1.996203	1.899869	1.827894
40	2.150863	2.151277	2.133338	1.995738	1.899393	1.827407
41	2.150457	2.150863	2.132893	1.995282	1.898926	1.826930
42	2.150058	2.150457	2.132456	1.994833	1.898467	1.826461
43	2.149666	2.150058	2.132027	1.994393	1.898016	1.826000
44	2.149281	2.149666	2.131606	1.993960	1.897573	1.825547
45	2.148903	2.149281	2.131192	1.993535	1.897137	1.825102
46	2.148531	2.148903	2.130785	1.993117	1.896709	1.824664
47	2.148166	2.148531	2.130385	1.992706	1.896288	1.824234
48	2.147807	2.148166	2.129991	1.992302	1.895875	1.823812
49	2.147453	2.147807	2.129605	1.991905	1.895468	1.823396
50	2.147106	2.147453	2.129224	1.991515	1.895068	1.822987
51	2.146764	2.147106	2.128850	1.991131	1.894675	1.822585
52	2.146428	2.146764	2.128482	1.990753	1.894288	1.822190
53	2.146097	2.146428	2.128120	1.990381	1.893907	1.821801
54	2.145772	2.146097	2.127764	1.990015	1.893533	1.821418
55	2.145451	2.145772	2.127414	1.989655	1.893164	1.821041
56	2.145136	2.145451	2.127069	1.989301	1.892801	1.820670
57	2.144826	2.145136	2.126729	1.988953	1.892444	1.820305
58	2.144520	2.144826	2.126395	1.988609	1.892093	1.819946
59	2.144220	2.144520	2.126066	1.988271	1.891747	1.819592
60	2.143924	2.144220	2.125742	1.987939	1.891406	1.819244
61	2.143632	2.143924	2.125423	1.987611	1.891070	1.818901
62	2.143345	2.143632	2.125108	1.987288	1.890740	1.818563
63	2.143062	2.143345	2.124799	1.986970	1.890414	1.818230
64	2.142783	2.143062	2.124494	1.986657	1.890094	1.817902
65	2.142508	2.142783	2.124193	1.986349	1.889778	1.817579
66	2.142238	2.142508	2.123897	1.986045	1.889466	1.817261
67	2.141971	2.142238	2.123606	1.985745	1.889159	1.816947
68	2.141708	2.141971	2.123318	1.985450	1.888857	1.816638
69	2.141449	2.141708	2.123035	1.985159	1.888559	1.816334
70	2.141194	2.141449	2.122755	1.984872	1.888265	1.816033
71	2.140942	2.141194	2.122480	1.984589	1.887975	1.815737
72	2.140694	2.140942	2.122208	1.984310	1.887690	1.815445
73	2.140449	2.140694	2.121940	1.984035	1.887408	1.815157
74	2.140208	2.140449	2.121676	1.983764	1.887130	1.814873
75	2.139970	2.140208	2.121416	1.983496	1.886856	1.814593

Tabel Titik Kritis Distribusi t

df	0.025				
	0.05	0.01	0.005	0.0025	0.001
1	1.077784	6.313752	12.706205	31.820516	63.656741
2	1.056188	2.919986	4.302653	6.964557	9.924843
3	1.037744	2.353363	3.182446	4.540703	5.840909
4	1.026206	2.131847	2.776445	3.746947	4.604095
5	1.019584	2.015048	2.570582	3.364930	4.032143
6	1.015284	1.943180	2.446912	3.142668	3.707428
7	1.012494	1.894579	2.364624	2.997952	3.499483
8	1.010424	1.859548	2.306004	2.896459	3.355387
9	1.008815	1.833113	2.262157	2.821438	3.249836
10	1.007529	1.812461	2.228139	2.763769	3.169273
11	1.006471	1.795885	2.200985	2.718079	3.105807
12	1.005584	1.782288	2.178813	2.680998	3.054540
13	1.004824	1.770933	2.160369	2.650309	3.012276
14	1.004157	1.761310	2.144787	2.624494	2.976843
15	1.003553	1.753050	2.131450	2.602480	2.946713
16	1.003006	1.745884	2.119905	2.583487	2.920782
17	1.002506	1.739607	2.109816	2.566934	2.898231
18	1.002047	1.734064	2.100922	2.552380	2.878440
19	1.001624	1.729133	2.093024	2.539483	2.860935
20	1.001232	1.724718	2.085963	2.527977	2.845340
21	1.000868	1.720743	2.079614	2.517648	2.831360
22	1.000528	1.717144	2.073873	2.508325	2.818756
23	1.000208	1.713872	2.068658	2.499867	2.807336
24	1.000000	1.710882	2.063899	2.492159	2.796940
25	1.000000	1.708141	2.059539	2.485107	2.787436
26	1.000000	1.705618	2.055529	2.478630	2.778715
27	1.000000	1.703288	2.051831	2.472660	2.770683
28	1.000000	1.701131	2.048407	2.467140	2.763262
29	1.000000	1.701131	2.045230	2.462021	2.756386
30	1.000000	1.699127	2.042272	2.457262	2.749996
31	1.000000	1.697261	2.039513	2.452824	2.744042
32	1.000000	1.695519	2.036933	2.448678	2.738481
33	1.000000	1.693889	2.034515	2.444794	2.733277
34	1.000000	1.692360	2.032245	2.441150	2.728394
35	1.000000	1.690924	2.030108	2.437723	2.723806
36	1.000000	1.689572	2.028094	2.434494	2.719485
37	1.000000	1.688298	2.026192	2.431447	2.715409
38	1.000000	1.687094	2.024394	2.428568	2.711558
39	1.000000	1.685954	2.022691	2.425841	2.707913
40	1.000000	1.684875	2.021075	2.423257	2.704459
41	1.000000	1.683851	2.019541	2.420803	2.701181
42	1.000000	1.682878	2.018082	2.418470	2.698066
43	1.000000	1.681952	2.016692	2.416250	2.695102
44	1.000000	1.681071	2.015368	2.414134	2.692278
45	1.000000	1.680230	2.014103	2.412116	2.689585
46	1.000000	1.679427	2.012896	2.410188	2.687013
47	1.000000	1.678660	2.011741	2.408345	2.684556
48	1.000000	1.677927	2.010635	2.406581	2.682204
49	1.000000	1.677224	2.009575	2.404892	2.679952
50	1.000000	1.676551	2.008559	2.403272	2.677793
51	1.000000	1.675905	2.007584	2.401718	2.675722
52	1.000000	1.675285	2.006647	2.400225	2.673734
53	1.000000	1.674689	2.005746	2.398790	2.671823
54	1.000000	1.674116	2.004879	2.397410	2.669985
55	1.000000	1.673565	2.004045	2.396081	2.668216
56	1.000000	1.673034	2.003241	2.394801	2.666512
57	1.000000	1.672522	2.002465	2.393568	2.664870
58	1.000000	1.672029	2.001717	2.392377	2.663287
59	1.000000	1.671553	2.000995	2.391229	2.661759
60	1.000000	1.671093	2.000298	2.390119	2.660283
61	1.000000	1.670649	1.999624	2.389047	2.658857
62	1.000000	1.670219	1.998972	2.388011	2.657479
63	1.000000	1.669804	1.998341	2.387008	2.656145
64	1.000000	1.669402	1.997730	2.386037	2.654854
65	1.000000	1.669013	1.997138	2.385097	2.653604
66	1.000000	1.668636	1.996564	2.384186	2.652394
67	1.000000	1.668271	1.996008	2.383302	2.651220
68	1.000000	1.667916	1.995469	2.382446	2.650081
69	1.000000	1.667572	1.994945	2.381615	2.648977
70	1.000000	1.667239	1.994437	2.380807	2.647905
71	1.000000	1.666914	1.993943	2.380024	2.646863
72	1.000000	1.666600	1.993464	2.379262	2.645852
73	1.000000	1.666294	1.992997	2.378522	2.644869
74	1.000000	1.665996	1.992543	2.377802	2.643913
75	1.000000	1.665707	1.992102	2.377102	2.642983
76	1.000000	1.665425	1.991673	2.376420	2.642078
77	1.000000	1.665151	1.991254	2.375757	2.641198
78	1.000000	1.664885	1.990845	2.375111	2.640336
79	1.000000	1.664626	1.990445	2.374481	2.639491
80	1.000000	1.664374	1.990054	2.373866	2.638662
81	1.000000	1.664128	1.989672	2.373266	2.637849
82	1.000000	1.663888	1.989298	2.372681	2.637051
83	1.000000	1.663654	1.988932	2.372111	2.636268
84	1.000000	1.663426	1.988574	2.371555	2.635499
85	1.000000	1.663203	1.988224	2.371013	2.634744
86	1.000000	1.662985	1.987881	2.370484	2.634003
87	1.000000	1.662772	1.987545	2.369958	2.633276
88	1.000000	1.662564	1.987216	2.369436	2.632562
89	1.000000	1.662361	1.986893	2.368917	2.631861
90	1.000000	1.662163	1.986576	2.368401	2.631172
91	1.000000	1.661970	1.986264	2.367888	2.630495
92	1.000000	1.661782	1.985957	2.367378	2.629830
93	1.000000	1.661598	1.985654	2.366871	2.629176
94	1.000000	1.661419	1.985356	2.366367	2.628532
95	1.000000	1.661244	1.985062	2.365866	2.627898
96	1.000000	1.661073	1.984772	2.365368	2.627274
97	1.000000	1.660906	1.984487	2.364873	2.626660
98	1.000000	1.660743	1.984206	2.364381	2.626056
99	1.000000	1.660584	1.983929	2.363892	2.625462
100	1.000000	1.660429	1.983655	2.363406	2.624878

DOKUMENTASI



Pengisian Kuesioner dengan Ibu Sumiati Pada Tanggal 10 April 2021 Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan, Kota Padangsidempuan.



Pengisian Kuesioner dengan Ibu Susi Rahayu S.Pd Pada Tanggal 10 April 2021 Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan, Kota Padangsidempuan.



Pengisian Kuesioner dengan Ibu Eflinda Pada Tanggal 11 April 2021 Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan, Kota Padangsidempuan.



Pengisian Kuesioner dengan Ibu Rahimah Pada Tanggal 11 April 2021 Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan, Kota Padangsidempuan.



Pengisian Kuesioner dengan Ibu Elisya Pada Tanggal 11 April 2021 Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan, Kota Padangsidempuan.



Pengisian Kuesioner dengan Bapak Sampurno Pada Tanggal 11 April 2021 Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan, Kota Padangsidempuan.



Pengisian Kuesioner dengan Ibu Dahlina S.Pd. Pada Tanggal 11 April 2021 Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan, Kota Padangsidempuan.



Pengisian Kuesioner dengan Ibu Hariani S.Si. Pada Tanggal 11 April 2021 Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan, Kota Padangsidempuan.



Pengisian Kuesioner dengan Ibu Fitriani S.Pd Pada Tanggal 11 April 2021 Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan, Kota Padangsidempuan.



Pengisian Kuesioner dengan Bapak Andi Syahputra Pada Tanggal 12 April 2021 Masyarakat Desa Pudun Jae, Kecamatan Padangsidempuan, Kota Padangsidempuan.



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

Surat : 776 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/03/2021

31 Maret 2021

Penunjukan Pembimbing Skripsi

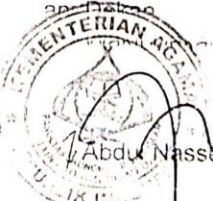
Bapak/Ibu :
Muhammad Naluddin : Pembimbing I
Jame Monitorir Napitupulu : Pembimbing II

Yang terhormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan
tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi
tersebut di bawah ini :

Peneliti : Sri Sundhari
NIM : 1740100096
Judul Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah
Menggunakan Produk Bank Syariah

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.


Abdu Nasser Hasibuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**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

mor : 124 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/01/2021
l : Mohon Izin Pra Riset

15 Januari 2021

1. Kepala Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota
dangsidempuan

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

Nama : Sri Sundhari
NIM : 1740100096
Semester : VII (Tujuh)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Ilah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan
judul: "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan
Bank Syariah".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan
riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

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

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

usan:
1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN BATUNADUA
DESA PUDUN JAE

Alamat : Jl. Haji Dahlan Lubis 22733

Pudun Jae, Februari 2021

mor
e
spiran
thal

:-
: Penting
:-
: Persetujuan Mengadakan Pra Riset
An. SRI SUNDHARI

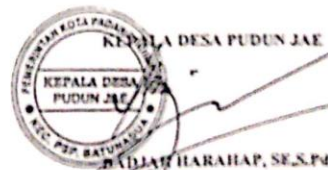
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

Di -
Tempat

Sehubungan dengan surat dari Institut Agama Islam Negeri Kota Padangsidempuan
No. 124/In.14/G.1/G.4c/TL.00/01/2021 perihal Mohon Izin Pra Riset an. SRI
SUNDHARI tertanggal 15 Januari 2021

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, Kami dari Pemerintahan Desa Pudun Jae
Kecamatan Padangsidempuan Batunadua memberikan izin Pra Riset an. SRI
SUNDHARI dengan Pra Riset ini wajib mengikuti peraturan dan hukum
Pemerintahan Desa Pudun Jae Kec. Padangsidempuan Batunadua.

Demikian disampaikan untuk dapat dimaklumi dan dipergunakan seperlunya



Tembusan :

Plt.Camat Padangsidempuan Batunadua



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 Faksimile (0634) 24022

Nomor : 770 /In. : 4/G.1/G.4c/TL.00/03/2021
Hal : Mohor: izin Riset

31 Maret 2021

Yth. Kepala Desa Pudun Jae, Kecamatan. Padangsidempuan Batunadua

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa.

Nama	: Sri Sundhari
NIM	: 1740100096
Semester	: VIII (Delapan)
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul: "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah".

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

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

Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Hasibuan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN BATUNADUA
DESA PUDUN JAE

Alamat : Jl. Haji Dahlan Lubis, 22733

Pudun Jae, April 2021

mor
at
mpiran
rihal

:-
: Penting
:-
: Persetujuan Mengadakan Riset
An. SRI SUNDHARI

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

Di -
Tempat

Sehubungan dengan surat dari Institut Agama Islam Negeri Kota Padangsidempuan
No. 770/In.14/G.1/G.4c/TL.00/03/2021 perihal Mohon Izin Riset an. SRI SUNDHARI
tertanggal 31 Maret 2021

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, Kami dari Pemerintahan Desa Pudun Jae
Kecamatan Padangsidempuan Batunadua memberikan izin Riset an. SRI SUNDHARI
dengan Riset ini wajib mengikuti peraturan dan hukum Pemerintahan Desa
Pudun Jae Kec. Padangsidempuan Batunadua.

Demikian disampaikan untuk dapat dimaklumi dan dipergunakan seperlunya



RAJAT HARAHAP, SE.S.Pd

Tembusan :

Plt.Camat Padangsidempuan Batunadua



PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN BATUNADUA
DESA PUDUN JAE

Alamat : Jl. Haji Dahlan Lubis, 22733

Pudun Jae, Juni 2021

mor
at
mpiran
rihal

:-
: Penting
:-
: Persetujuan Telah Menyelesaikan Riset
An. SRI SUNDHARI

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

Di -
Tempat

Sehubungan dengan surat dari Institut Agama Islam Negeri Kota Padangsidempuan
No. 770/In.14/G.1/G.4c/TL.00/03/2021 perihal Mohon Izin Riset an. SRI SUNDHARI
tertanggal 31 Maret 2021

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, Kami dari Pemerintahan Desa Pudun Jae
Kecamatan Padangsidempuan Batunadua mengetahui telah menyelesaikan Riset an.
SRI SUNDHARI dengan Riset ini wajib mengikuti peraturan dan hukum
Pemerintahan Desa Pudun Jae Kec. Padangsidempuan Batunadua.

Demikian disampaikan untuk dapat dimaklumi dan dipergunakan seperlunya


KEPALA DESA PUDUN JAE
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN
Kec. PSP. BATUNADUA
BADJAH HARAHAP, SE, S.Pd

Tembusan :

Plt.Camat Padangsidempuan Batunadua