



**DETERMINAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MEMILIH BANK SYARIAH DI DESA
NAGASARIBU KEC. PADANG
BOLAK TENGGARA**

SKRIPSI

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

OLEH:

NURHANIFAH SIREGAR
NIM. 17 401 00253

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**DETERMINAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MEMILIH BANK SYARIAH DI DESA
NAGASARIBU KEC. PADANG
BOLAK TENGGARA**

SKRIPSI

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

OLEH:

NURHANIFAH SIREGAR
NIM. 17 401 00253

Pembimbing I

Windari, S.E., M.A
NIP. 19830510 201503 2 003

Pembimbing II

Zulhila Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. Nurhanifah Siregar

Padangsidempuan, 23 November 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Nurhanifah Siregar yang berjudul “**Determinan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Desa Nagasaribu Kec Padang Bolak Tenggara**”.

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

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudari tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

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

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

PEMBIMBING I



Windari, S.E., M.A
NIP. 19830510 201503 2 003

PEMBIMBING II



Zulaiha Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : NURHANIFAH SIREGAR

NIM : 17 401 00253

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Determinan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara

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

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

Padangsidempuan, 28 September 2021

Saya yang Menyatakan,



NURHANIFAH SIREGAR

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

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

Nama : NURHANIFAH SIREGAR
NIM : 17 401 00253
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: ***“Determinan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara”***

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 28 September 2021
Yang menyatakan,


00636AJX395439531

NURHANIFAH SIREGAR



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 : NURHANIFAH SIREGAR
NIM : 17 401 00253
FAKULTAS/PRODI : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Determinan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara

Ketua,

Dr. Arbanur Rasyid, M.A.
NIP. 19730725 199903 1 002

Sekretaris,

Azwar Hamid, M.A.
NIP. 19860311 201503 1 005

Anggota

Dr. Arbanur Rasyid, M.A.
NIP. 19730725 199903 1 002

Azwar Hamid, M.A.
NIP. 19860311 201503 1 005

H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301

Zuluka Matondang, M. Si.
NIDN. 2017058302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa, 09 November 2021
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : lulus / 75,25 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,67
Predikat : PUJIAN



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 : DETERMINAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH
BANK SYARIAH DI DESA NAGASARIBU KEC. PADANG
BOLAK TENGGARA**

**NAMA : NURHANIFAH SIREGAR
NIM : 17 401 00253**

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

Padangsidempuan, 27 November 2021
Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : NURHANIFAH SIREGAR
NIM : 17 401 00253
Judul : **Determinan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.**

Keputusan seseorang untuk memilih sebuah produk yang akan digunakan dalam kehidupannya yaitu tergantung seberapa besar produk tersebut bermanfaat dalam segi ekonomis dalam memenuhi kebutuhan. Lokasi bank syariah dari desa Nagasaribu berjarak tempuh berkisar 1 jam yang membuat masyarakat kurang berminat memilih bank syariah, masyarakat juga kurang mendapat pelayanan bank syariah dikarenakan jarak yang cukup jauh dan didukung kurangnya komunikasi antara masyarakat dan pihak bank syariah serta promosi yang dilakukan bank syariah berpatokan pada daerah Gunung tua dan sekitarnya tanpa melakukan promosi di daerah pelosok seperti desa Nagasaribu yang membuat masyarakat desa Nagasaribu kurang mengetahui informasi tentang bank syariah. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada pengaruh lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

Pembahasan dalam penelitian ini adalah teori yang berkaitan dengan bidang ilmu perbankan syariah yaitu lokasi, pelayanan, promosi, dan keputusan nasabah. Sehubungan dengan itu, kajian dihubungkan dengan teori – teori yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer dan pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner dan wawancara. Sampel penelitian sebanyak 30 sampel dengan teknik pengambilan sampel jenuh, kemudian analisis penelitian menggunakan statistik yaitu *SPSS Versi 20*.

Hasil penelitian berdasarkan uji t diketahui bahwa variabel lokasi (X_1) berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah sedangkan variabel pelayanan (X_2) dan variabel promosi (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Kemudian berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa variabel lokasi, pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

Kata Kunci : Lokasi, Pelayanan, Promosi, Keputusan Nasabah

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr.Wb

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

Skripsi ini berjudul: **“Determinan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag., selaku

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

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofiwati, MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ibu Hamni Fadlilah, S.E., M. Si., selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Ibu Windari, S.E.,MA selaku Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang, M. Si selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan kedua beliau.
5. Bapak Yusri Fahmi M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Ayahanda Dalhot Siregar dan Ibunda Asrina Harahap tercinta yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa di dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta Adik saya tercinta Nelva suryani siregar, Indryani siregar, Fuzi rahmayani siregar, Fahri natoras siregar, Anggian natoras siregar, Adyan natoras siregar dan Anggi yuli yani siregar yang senantiasa memberi bantuan doa dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat peneliti yaitu Siti khopipah Indah Nasution, Hawa Nisa Harahap, Nurkholiza Hasibuan serta sahabat peneliti di masa perkuliahan yaitu, Santi Harahap, Hafifah Damayanti, Melisa Harahap yang selalu membantu, memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2017, teman-teman seperjuangan KKL Kelompok 39 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu

memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan skripsi ini.

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

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

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb

Padangsidempuan, 15 Desember 2021
Peneliti,

NURHANIFAH SIREGAR
NIM. 17 402 00253

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	sal	s	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye

ص	ṣad	ṣ	s (dengantitikdibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	..	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah danya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alifatau ya	\bar{a}	a dangaris atas
	Kasrah dan danya	\bar{i}	I dangaris di bawah
	dommah dan wau	\bar{u}	u dangaris di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

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

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

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

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

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

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

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

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

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

I. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Defenisi Operasional Variabel	9
F. Tujuan Masalah	10
G. Kegunaan Penelitian	10
H. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	13
1. Keputusan Nasabah.....	13
a. Pengertian Keputusan	13
b. Tahap – tahap pengambilan keputusan.....	14
c. Faktor – faktor mempengaruhi keputusan	16

2. Lokasi	17
a. Pengertian Lokasi	17
b. Pertimbangan Penentuan Lokasi	18
c. Tujuan Strategi Lokasi	19
3. Pelayanan	19
a. Pengertian Pelayanan	19
b. Pelayanan dalam Perspektif Islam	20
4. Promosi	
a. Pengertian Promosi	22
b. Jenis Promosi	23
c. Tujuan Promosi	24
B. Penelitian terdahulu	24
C. Kerangka pikir	28
D. Hipotesis	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
B. Jenis Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel	31
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Teknik Analisis Data	34
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	34
a. Uji Validitas	34
b. Uji Reliabilitas	35
2. Uji Normalitas	35
3. Uji Linearitas	36
4. Uji Asumsi Klasik	36
a. Uji Multikoleniarita	36
b. Uji Heteroskedastisitas	37
c. Uji Autokorelasi	37

5. Uji Hipotesis	38
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	38
b. Uji Signifikan Parsial (uji t)	39
c. Uji Signifikan Simultan (uji f)	39
6. Analisis Regresi Linier Berganda	40

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Bank Syariah di Indonesia	41
B. Gambaran Umum Responden	43
1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	44
2. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	45
3. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	45
C. Hasil Penelitian	46
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Reliabilitas	48
2. Uji Normalitas	50
3. Uji Linearitas	51
4. Uji Asumsi Klasik	52
a. Uji Multikolinearitas	52
b. Uji Heteroskedastisitas	53
c. Uji Autokorelasi	55
5. Uji Hipotesis	55
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
b. Uji t (Parsial)	56
c. Uji F (simultan)	58
6. Uji Analisis Linier Regresi Berganda	59
D. Pembahasan Hasil Penelitian	60
1. Pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang	

Bolak Tenggara.....	60
2. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.....	61
3. Pengaruh Promosi terhadap keputusan nasabah dalam Memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara	61
4. Pengaruh Lokasi, Pelayanan, dan Promosi terhadap keputusan Nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.....	63
E. Keterbatasan Penelitian	63
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
 DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Defenisi Operasial Variabel.....	9
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel III.1 Penetapan Skor Alternatif dari Jawaban kuesioner.....	32
Tabel III.2 Kisi – Kisi Angket Penelitian	33
Tabel III.3 Kisi – Kisi Angket Penelitian.....	33
Tabel III.4 Kisi – Kisi Angket Penelitian.....	33
Tabel III.5 Kisi – Kisi Angket Penelitian.....	33
Tabel IV.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
Tabel IV.2 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	45
Tabel IV.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	45
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Lokasi (X_1).....	46
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Pelayanan (X_2).....	47
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Promosi (X_3).....	47
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y).....	47
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas pada Lokasi (X_1).....	48
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas pada Pelayanan (X_2).....	48
Tabel IV.10 Hasil Uji Reliabilitas pada Promosi (X_3).....	49
Tabel IV.11 Hasil Uji Reliabilitas pada Keputusan Nasabah (Y)	49
Tabel IV.12 Hasil Uji <i>Kormogorov-Smirnov Test</i>	50
Tabel IV.13 Hasil Uji Linearitas Lokasi terhadap Keputusan Nasabah	51
Tabel IV.14 Hasil Uji Linearitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah.....	51

Tabel IV.15 Hasil Uji Linearitas Promosi terhadap Keputusan Nasabah.....	52
Tabel IV.16 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel IV.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel IV.18 Hasil Uji Autokorelasi	55
Tabel IV.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
Tabel IV.20 Hasil Uji t (Parsial)	56
Tabel IV.21 Hasil Uji f (Simultan)	58
Tabel IV.22 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Karangka Pikir Penelitian.....	28
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga Keuangan Syariah (*syariah financial institution*) merupakan suatu kelompok usaha atau institusi yang produk kekayaannya pada dasarnya berbentuk aset-aset keuangan (*financial assets*) yang berlandaskan konsep syariah. Menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang undang-undang perbankan syariah di Indonesia bahwa lembaga keuangan syariah merupakan badan atau lembaga yang kegiatannya mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat juga berdasarkan prinsip syariah dan mengatur jenis usaha, ketentuan pelaksanaan syariah, kelayakan usaha.¹

Bank syariah adalah salah satu lembaga keuangan yang mempunyai fungsi yaitu menghimpun dana masyarakat kemudian menyalurkannya kepada masyarakat dan memberikan jasa bank. Bank syariah yang seluruh kegiatannya berlandaskan hukum syariah dan tidak membebankan bunga melainkan bagi hasil antara kedua belah pihak yang bersangkutan, keuntungan yang didapatkan oleh bank syariah adalah yang dibayarkan atas nasabah sesuai dengan akad dan perjanjian antara nasabah dan bank syariah.²

¹ Ahmad Rodoni, *Asuransi Dan Pegadaian Syariah* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 8.

² Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), hlm. 32.

Bank syariah mempunyai tiga kegiatan umum yang berfungsi untuk memudahkan masyarakat dalam pembiayaan di bank syariah yaitu menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana untuk masyarakat dan memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.³ Kegiatan umum bank syariah digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan kegiatan yang berlaku dalam pemasaran dan pembiayaan antara nasabah dan bank syariah. Perkembangan bank syariah meningkat setiap tahun membuktikan bank syariah dapat bersaing dengan bank yang lainnya.

Masyarakat percaya dan menjadi nasabah bank syariah dikarenakan meningkatnya jumlah nasabah yang dihasilkan dari keputusan nasabah memilih bank syariah dan memperlihatkan prospek perkembangan bank syariah dapat diterima masyarakat. Calon nasabah tidak sembarangan dalam memilih bank, memerlukan keputusan yang bulat untuk memilih dan memutuskan sebagai nasabah dari bank syariah. Keputusan merupakan sebagai perilaku atau tindakan dari dua atau lebih alternatif dengan kata lain seseorang harus memutuskan antara dua pilihan atau lebih, sebagai contoh jika seseorang dihadapkan dua pilihan antara menjadi nasabah atau tidak dan dia memilih menjadi nasabah posisi tersebut dia sudah melakukan suatu keputusan.⁴ Ada beberapa faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah yaitu pendidikan, produk, lokasi, pelayanan, dan

³ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 39.

⁴ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), hlm. 100.

promosi.⁵ Pendidikan adalah pengetahuan dan pola pikir seseorang dalam proses pembelajaran agar seseorang secara aktif mengembangkan kemampuan dirinya.⁶ Kemudian produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, produk tersebut dapat menguntungkan untuk dirinya dan rata-rata masyarakat memutuskan menjadi nasabah dikarenakan keuntungan yang ia dapat dalam produk bank syariah tersebut. Selanjutnya lokasi juga memengaruhi keputusan nasabah dimana lokasi harus strategis dan mudah didapatkan, sedangkan pelayanan yang baik akan mendorong masyarakat untuk melakukan pembiayaan di bank syariah kemudian dapat memengaruhi keputusan nasabah. Dan terakhir promosi, masyarakat mengetahui bank syariah dari promosi yang dilakukan seperti promosi berbentuk iklan, koran, dan promosi yang lain yang dapat memengaruhi keputusan nasabah memilih bank syariah.

Desa Nagasaribu adalah salah satu desa yang baru melakukan pemekaran di Padang Lawas Utara (paluta), dimana dari desa Nagasaribu ke bank syariah mempunyai jarak tempuh berkisar 1 jam. Masyarakat desa Nagasaribu dominan menggunakan koperasi daripada bank syariah, padahal masyarakat dirugikan dalam pengembalian uang pinjaman. Masyarakat desa Nagasaribu berpendapat bahwa pembiayaan atau peminjaman di bank syariah

⁵ Ahmad Munajim, dkk, "Faktor Yang Mempengaruhi Menjadi Nasabah Bank Syariah" Vol. 1 No. 2 (2016): hlm. 41.

⁶ Desiana, dkk, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya" Vol. 11 No. 1 (2018): hlm. 28.

itu berbelit-belit, membutuhkan jangka waktu yang lama dan banyak persyaratan dalam transaksi pinjam meminjam di bank syariah. Sedangkan masyarakat desa Nagasaribu dominan tamatan SMP-SMA yang pemahaman tentang bank syariah dan bank konvensional masih kurang. Masyarakat desa Nagasaribu keseluruhan penduduk beragama Islam tapi masyarakat lebih condong dan percaya kepada koperasi dibandingkan bank syariah.

Seorang calon nasabah tentu memilih bank yang lokasinya strategis dan mudah dikunjungi, Penentuan lokasi bank untuk beroperasi merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan nasabah, apabila lokasi bank tepat akan mempermudah aktivitas bank dalam menghimpun dan menyalurkan pembiayaan kembali pada masyarakat untuk meningkatkan pencapaian bank.⁷ Lokasi bank harus berdekatan dengan yang sering dikunjungi masyarakat seperti pasar, sekolah, dan transportasi umum. Apabila hal-hal tersebut terdapat pada lokasi bank akan meyakinkan keputusan nasabah menjadi nasabah bank syariah. Bank syariah berlokasi di Gunung Tua membutuhkan waktu yang cukup lama dan jauh dari desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara yang membuat masyarakat kurang berminat menggunakan bank syariah. Masyarakat desa Nagasaribu lebih memilih koperasi padahal jarak antara koperasi dan bank syariah sama jauhnya dari tempat pemukiman masyarakat desa Nagasaribu.

⁷Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 131.

Selain lokasi yang memengaruhi keputusan nasabah memilih bank syariah, pelayanan juga termasuk yang memengaruhi keputusan nasabah memilih bank syariah. Tugas seorang pegawai yaitu memberikan pelayanan yang terbaik dan kepuasan kepada nasabah tanpa membedakannya untuk memikat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah. Pelayanan merupakan usaha seseorang untuk melayani kebutuhan orang lain dan menjadi hal penting untuk membedakan antara pelayanan bank syariah dengan bank lainnya.⁸ Pelayanan pegawai yang sopan santun dan tutur bahasa yang lembut menjadi daya tarik nasabah memilih bank syariah yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Pelayanan kurangnya keramah tamahan dan pelayanan kurang cepat membuat masyarakat desa Nagasaribu kurang berminat melakukan pembiayaan di bank syariah. Salah satu nasabah bank syariah yang berasal dari desa Nagasaribu yaitu ibu hayati yang pekerjaannya sebagai guru sekolah dasar berpendapat bahwa pelayanan yang dilakukan bank syariah hanya berpatokan pada daerah pusat Gunung Tua, dan untuk pemukiman desa-desa yang mayoritas jauh dari Gunung Tua kurang mendapat pelayanan dari bank syariah. Sedangkan koperasi biasanya datang langsung ke desa Nagasaribu 2 kali seminggu dan rata-rata anggota koperasi berasal dari daerah Padang Lawas Utara yaitu Kabupaten dari desa Nagasaribu.

⁸ Nur Rianto Al Arif, hlm. 211.

Pelayanan yang baik akan memberikan *feedback* yang baik pula, tentunya pelayanan tanpa dibantu promosi akan berkurang dalam menghimpun dan menyalurkan dana calon nasabah. Memperkenalkan sebuah produk bank syariah agar diketahui oleh masyarakat serta memberikan kejelasan harga, kelebihan produk, cara penggunaan produk tersebut melalui sarana yaitu promosi. Promosi merupakan kegiatan menyampaikan informasi kepada masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung tanpa promosi akan memengaruhi penjualan produk karena masyarakat tidak mengetahui dan mengenal bank apalagi produk-produknya. Adapun beberapa bentuk dari promosi, yaitu media koran, tv, maupun iklan yang mudah ditemui masyarakat.

Bukan sekedar promosi saja, namun promosi tersebut harus menarik perhatian masyarakat untuk mengetahui lebih dalam dan tertarik pada produk bank syariah. Promosi tidak dapat dipisahkan dalam manajemen bank syariah, karena dalam promosi merupakan tempat menyampaikan pesan kepada masyarakat yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Kurangnya promosi bank syariah di desa Nagasaribu membuat kesalahpahaman antara masyarakat desa Nagasaribu dengan bank syariah karena kurang mengetahui tentang produk-produk bank syariah. Promosi yang dilakukan bank syariah hanya berpatokan pada brosur dan koran sedangkan koperasi tersebut langsung *talk to talk*, maksudnya pegawai koperasi bank syariah langsung datang ke desa Nagasaribu dan mendatangi langsung rumah

nasabah mereka yang membuat masyarakat desa nagasaribu merasa dimudahkan dan lebih memilih koperasi. Dari survei awal yang peneliti lakukan dengan mewawancarai salah satu masyarakat di desa Nagasaribu atas nama Ibu Mardiah beliau mengatakan bahwa promosi yang dilakukan bank syariah kurang menarik, dan hanya melakukan promosi daerah Gunung Tua tempat kantor bank syariah. Promosi bank syariah lebih condong dalam bentuk brosur dan koran yang pada zaman sekarang masyarakat kurang berminat untuk membaca, menyebabkan masyarakat pelosok seperti desa Nagasaribu belum mengetahui bank syariah dan lebih memilih koperasi karena langsung datang ketempat masyarakat. Berdasarkan fenomena dari latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul tentang **“DETERMINAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH DI DESA NAGASARIBU KEC. PADANG BOLAK TENGGARA”**

B. Identifikasi Masalah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini, peneliti memberikan identifikasi masalah dengan kata kunci yang berkaitan dengan penelitian ini:

1. Masyarakat desa Nagasaribu kurang berminat menabung di bank syariah padahal seluruh penduduknya beragama islam.
2. Masyarakat desa Nagasaribu kurang mengetahui tentang bank syariah dan lebih mengenal dengan koperasi.

3. Bank syariah mempunyai jarak tempuh berkisar 1 jam ke desa Nagasaribu yang membuat masyarakat merasa lokasi bank syariah terlalu jauh.
4. Pelayanan dan promosi bank syariah kurang didapat masyarakat pelosok seperti desa Nagasaribu.

C. Batasan Masalah

Agar memudahkan peneliti dalam proses penelitian yang akan dilakukan, maka peneliti membatasi masalah yang akan dibahas. Variabel lokasi, pelayanan, dan promosi sebagai variabel (X) dan keputusan nasabah sebagai variabel (Y) dan bagaimana keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu, kec. Padang Bolak Tenggara.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dijelaskan pada latar belakang, adapun permasalahan yang akan diteliti, yaitu:

1. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara ?
2. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara ?
3. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara ?

4. Apakah ada pengaruh lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara ?

E. Defenisi Operasional Variabel

Tabel I.1
Determinan Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Keputusan nasabah (Y)	Keputusan nasabah proses terakhir dari keputusan konsumen, apakah seorang konsumen mau atau tidaknya sebagai konsume tanpa ada paksaan.	1. Budaya 2. Sosial 3. Pribadi 4. Psikologis	Ordinal
2	Lokasi (X ₁)	Lokasi sebagai tempat dipertemukannya nasabah dan bank syariah, yang dimana lokasi harus strategis dan mudah dikunjungi.	1. Strategis 2. Aman 3. Keunggulan	Ordinal
3	Pelayanan (X ₂)	Pelayanan dapat didefinisikan sebagai proses yang ditawarkan organisasi atau perorangan untuk konsumen.	1. <i>Attitude</i> (sikap) 2. <i>Attention</i> (perhatian) 3. Penampilan	Ordinal
4	Promosi (X ₃)	Promosi salah satu bagian dari <i>marketing mix</i> , digunakan untuk memperkenalkan barang atau produk kepada calon konsumen.	1. Periklanan 2. Sales penjualan 3. Penjualan pribadi 4. Publisitas ⁹	Ordinal

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 146

F. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec.Padang Bolak Tenggara
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec.Padang Bolak Tenggara
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec.Padang Bolak Tenggara
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti

Menambah wawasan peneliti, syarat menjadi sarjana ekonomi dan pengembangan teori-teori tentang determinan keputusan nasabah memilih bank syariah di desa Nagasaribu kec. Padang bolak tenggara.

2. Bagi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna untuk pihak Institut Agama Negeri Islam Padangsidempuan sebagai salah satu wujud nyata dari penerapan tugas. Berguna juga dalam pengembangan kajian-kajian ilmu perbankan syariah.

3. Bagi masyarakat

Sebagai bahan evaluasi bagi masyarakat terhadap keputusan dalam melakukan simpan pinjam atau pembiayaan di bank syariah dan sebagai pedoman masyarakat dalam melakukan pengambilan keputusan di bank syariah.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan referensi atau daftar rujukan bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian tentang determinan nasabah memilih bank syariah di desa Nagasaribu. Dan sebagai acuan dalam penelitian-penelitian berikutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan peneliti dalam menyusun proposal ini, maka peneliti menyusun sistematika penelitian yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang akan dibahas dalam setiap bab. Penelitian ini terbagi menjadi tiga yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, defenisi operasioanal variabel, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian. Secara umum seluruh pembahasan latar belakang menjelaskan masalah atau alasan dan fenomena yang terjadi pada penelitian dan masalah tersebut dibagi menjadi beberapa poin sebagai batasan masalah dan identifikasi masalah.

BAB II Landasan Teori yang terdiri dari landasan teori yang menguraikan tentang kerangka teori yang berkaitan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis penelitian. Secara umum kerangka teori menjelaskan variabel-variabel penelitian dan peneliti membandingkan dengan penelitian terdahulu.

BAB III Metode Penelitian yang menguraikan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan analisis data. Secara umum metodologi penelitian ini sebagai aturan yang digunakan pada saat penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian yang berisikan pembahasan tentang hasil penelitian yang tersusun dari data – data yang di olah peneliti menggunakan statistik SPSS 20 dan menguraikan hasil penelitian berdasarkan hasil olah data oleh peneliti .

BAB V Penutup yang menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dalam pengolahan data oleh peneliti dan saran – saran yang berguna untuk kedepannya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan

Seorang calon nasabah yang akan bergabung dengan bank syariah akan mengambil sebuah keputusan, apakah calon nasabah tersebut ikut menabung atau simpan pinjam di bank syariah atau sebaliknya. Keputusan adalah perilaku atau tindakan dari dua atau lebih alternatif dengan kata lain seseorang harus memutuskan antara dua pilihan atau lebih, sebagai contoh jika seseorang dihadapkan dua pilihan antara menjadi nasabah atau tidak dan dia memilih menjadi nasabah posisi tersebut dia sudah melakukan suatu keputusan.¹⁰ Seorang calon nasabah juga memerhatikan keputusan yang akan diambil dalam sebuah pilihan alternatif dimana membuat keputusan merupakan menentukan suatu pendapat atau perjalanan suatu tindakan yang diperbuat, ia adalah peristiwa psikis dan kreatif dalam pikiran, perasaan dan pengetahuan bersama-sama untuk membuat aksi atau tindakan.¹¹ Pengambilan keputusan adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi berkaitan dengan beberapa alternatif

¹⁰ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), hlm. 100.

¹¹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017), hlm. 17.

sehingga perlu evaluasi yang bertujuan untuk memperoleh alternatif yang terbaik dari persepsi konsumen.¹²

Keputusan nasabah dalam memilih bank syariah membutuhkan proses untuk memutuskan menjadi nasabah bank syariah atau sebaliknya. Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa keputusan merupakan suatu alat alternatif dari beberapa pilihan alternatif dimana pemilihan tersebut berdasarkan pikiran, perasaan, dan pengetahuan yang bersangkutan dalam membuat keputusan tersebut. Sebuah keputusan nasabah tidak lepas dari bagaimana pengambilan keputusan nasabah saat memutuskan bergabung dengan bank syariah atau tidak, banyaknya pilihan yang tersedia membutuhkan pertimbangan–pertimbangan yang mendasari pengambilan keputusan.

b. Tahap – tahap pengambilan keputusan

Proses menjadi seorang nasabah dimulai sebelum seseorang menyetujui menjadi nasabah di bank syariah, seorang nasabah atau konsumen melewati lima tahap, yaitu :¹³

1) Pengenalan kebutuhan

Proses dilakukan saat seorang pembeli mengenali kebutuhan dan masalah yang sedang dihadapi. Seorang pembeli merasakan adanya perbedaan antara kebutuhan yang pokok dan kebutuhan keinginannya, faktor kebutuhan dapat berasal dari faktor eksternal

¹² Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 102.

¹³ Sudaryono, hlm. 109.

seperti seseorang melihat sebuah kue atau baju sehingga merangsang keinginannya untuk membeli. Jadi seorang pembeli harus dapat membedakan mana kebutuhan wajib dan kebutuhan hanya keinginan semata.

2) Pencarian informasi

Seorang konsumen jika sudah tertarik akan suatu barang akan berusaha mencari informasi barang tersebut, contohnya apabila seseorang tertarik dengan pembiayaan atau simpan pinjam di bank syariah dengan sendirinya dia akan mencari tahu tentang bank syariah dari website bank syariah atau informasi lain yang bersangkutan dengan bank syariah.

3) Evaluasi alternatif

Para pembeli atau nasabah akan mengurangi rasa tidak pasti dalam dirinya pada saat informasi yang didapat tidak masih mengundang pertanyaan. pada saat itulah dilakukan seorang pembeli evaluasi alternatif melalui informasi internal yaitu informasi yang tersimpan dalam ingatan sedangkan informasi eksternal yaitu informasi terdapat dari pihak luar seperti koran, iklan, dan lainnya.

4) Keputusan pembeli

Seorang pembeli harus melakukan keputusan terakhir, keputusan tersebut dapat berupa tidak memilih alternatif yang sedia atau memilih salah satu alternatif tersebut. Maka seorang

pembeli pada setiap tahap proses pengambilan keputusan dapat mengambil keputusan untuk membeli atau tidak tanpa ada unsur paksaan.

5) Komsumsi pasca pembelian dan evaluasi

Persoalan kepuasan atau tidaknya seorang pembeli terajadi setelah produk yang dibeli di komsumsi dengan bantuan teori disonansi kognitif yaitu sebuah perasaan setelah pascapembelian yang timbul dalam diri seorang pembeli setelah melakukan pada pembelian yang dilakukannya. Sedangkan evaluasi adalah sebuah proses psikologikal guna mengurangi perasaan disonansi.

c. Faktor- faktor mempengaruhi keputusan

Setiap keputusan mempunyai beberapa faktor yang memengaruhi keputusan sebagai dasar seseorang membuat sebuah keputusan tersebut, adapun beberapa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah, yaitu sebagai berikut :

- 1) Faktor lingkungan seperti tingkat permintaan dari nasabah, keadaan ekonomi, perkembangan politik.
- 2) Faktor organisasi seperti struktur organisasi, sistem pemasaran, hal-hal tersebut untuk mengetahui pengambilan keputusan seseorang.
- 3) Faktor antarindividu, seperti wewenang, status, biasanya melibatkan beberapa orang yang memiliki kepentingan dan kepandaian membujuk nasabahnya.

4) Faktor individu, seperti umur, gaji, kepribadian yang dimana seseorang tersebut mempertimbangkan sesuai kebutuhan pribadinya.¹⁴

2. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Penentuan lokasi sebuah bank yang akan beroperasi dan mencari nasabah yaitu masyarakat sebagai objek oleh bank. Dalam hal ini seorang manager harus dapat memilih lokasi bank yang strategis, mudah dikunjungi masyarakat dan tempat pusat yang menjadi pertemuan masyarakat, seperti pasar, kantor, sekolah dan lainnya. Lokasi bank merupakan salah satu persaingan dengan bank lainnya dikarenakan lokasi bank menjadi tempat nasabah dalam menabung dan melakukan sebagian transaksi dengan bank, karena penentuan lokasi yang tepat akan mempermudah pencapaian target yang ditentukan sebelumnya oleh bank. Lokasi adalah salah satu faktor yang menjadi daya tarik masyarakat dan memepertemukan nasabah dan bank dalam melakukan transaksi serta tempat aktivitas penghimpunan dana masyarakat, menyalurkan dana masyarakat dan pemberian jasa kepada masyarakat.¹⁵

Lokasi atau tempat mendistribusikan produk merupakan salah satu strategi pemasaran yang sukses dan efektif dimana

¹⁴ Herry sutanto dan khaerul umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 311.

¹⁵ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 131.

mendistribusikan produk yang kita pasarkan kepada masyarakat dan menyalurkannya lebih mudah.¹⁶ Keberhasilan dari sebuah bank dapat dilihat dari mengendalikan pemasaran yang termasuk pemilihan lokasi bank sebagai tempat transaksi yang dilakukan nasabah dengan bank. Jadi, kesimpulan dari lokasi yaitu tempat yang menjadi pusat pemasaran dimana bertemunya nasabah dan pihak bank dan melakukan transaksi, serta lokasi bank harus strategis agar memudahkan dalam mengumpulkan dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat.

b. Pertimbangan Penentuan Lokasi

Lokasi bank merupakan hal yang penting dalam pendirian sebuah bank. Hal yang harus diperhatikan seorang manager dalam menentukan tempat lokasi bank sebagai pertimbangan dalam penentuan lokasi bank adalah sebagai berikut :¹⁷

- 1) Dekat dengan daerah pabrik atau industri
- 2) Dekat dengan sekolah
- 3) Dekat dengan pasar
- 4) Dekat dengan wilayah perkantoran
- 5) Dekat dengan rumah masyarakat
- 6) Mempertimbangkan lokasi pesaing

¹⁶ Erni Trisnawati dan Muhammad Hasanuddin, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2016), hlm. 166.

¹⁷ Erni Trisnawati dan Muhammad Hasanuddin, hlm. 133.

c. Tujuan Strategi Lokasi

Agar dapat memberikan lokasi yang strategis mempunyai tujuan untuk nasabah dalam melakukan pembiayaan di bank. Adapaun tujuan penentuan lokasi dan ruangan untuk mendukung keunggulan sumber daya manusia serta sistem yang dimiliki oleh bank, yaitu :

- 1) Pertama memudahkan masyarakat untuk melakukan pembiayaan dan kegiatan bisnis yang berkaitan dengan bank.
- 2) Kedua memudahkan bank menggunakan teknologi dalam memberikan pelayanan cepat bagi nasabah
- 3) Ketiga mempermudah nasabah dalam antrian saat melakukan transaksi sehingga nasabah terlayani dengan baik.
- 4) Keempat agar bank memberikan kenyamanan kepada nasabah, karena lokasi yang nyaman membuat masyarakat lebih tertarik bergabung dengan bank.¹⁸

3. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pemasaran dalam bank telah diimplementasikan dalam konsistensi atau berpegang teguh pada peraturan-peraturan yang sebelumnya telah direncanakan oleh pihak-pihak yang bersangkutan dengan anggota pemasaran bank dalam mencari nasabah. Bank syariaah tidak hanya memberikan sebuah pelayanan tapi harus diikuti dengan etika yang baik oleh pelayan bank. Pelayanan adalah usaha

¹⁸Erni Trisnawati dan Muhammad Hasanuddin, hlm. 131.

memenuhi kebutuhan orang lain yang kegitannya menawarkan sebuah jasa oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang tidak dapat dimiliki dan dilihat. Pelayanan juga dapat diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan bermanfaat bagi orang lain, pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran nasabah atau konsumen. Sementara pelayanan prima merupakan istilah dari *service excellent* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik, pelayanan prima dikatakan jika mampu memuaskan pihak nasabah atau konsumen.¹⁹

Kesimpulan dari beberapa penjelasan mengenai pelayanan adalah seorang harus memberikan pelayanan terhadap kebutuhan nasabah atau konsumen dan mampu memberikan pelayanan prima agar nasabah atau konsumen merasa senang atas pelayanan kita.

b. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Tata cara pelayanan terhadap nasabah atau konsumen harus menggunakan tata keramah yang baik dan lemah lembut sesuai dengan Q.S Al- Imran ayat 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَّلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا
الْقَلْبَ لَأَذَفْتَهُمْ مِنْ حَوْلِ^ط فَأَعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ

¹⁹Erni Trisnawati dan Muhammad Hasanuddin, hlm. 131.

لَهُمْ وَشَاوَرَهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿٥٩﴾

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.²⁰

Berdasarkan penjelasan ayat di atas menjelaskan bahwa seorang yang melakukan jual beli untuk bersikap lemah lembut dalam melayani seorang pembeli atau nasabah agar yang mendapat pelayanan tersebut merasa nyaman. Beberapa dari konsumen mempunyai sifat yang berbeda dalam membeli produk, tentunya pelayanan harus sesuai yang diinginkan setiap konsumen atau sering disebut pelayanan prima, dalam pelayanan harus kita jauh dari kata keras hati dan mudah memaafkan kesalahan pelanggan karena mereka adalah pengonsumsi barang atau produk yang kita jual belikan.

Firman-Nya *maka disebabkan rahmat Allah engkau berlaku lemah lembut terhadap mereka* dapat menjadi salah satu bukti bahwa Allah Swt yang mendidik dan membentuk kepribadian Nabi Muhammad Saw sebagaimana sabda beliau “*aku didik oleh tuhanku, sungguh baik hati pendidikan-Nya*” kepribadian beliau dibentuk

²⁰ Departemen Agama RI, *Al-Imran (Al-Qur'an Dan Terjemahannya)* (Jakarta: Lajnah penafsiran Mushafar Al-Qur'an, 2017), hlm. 71.

sehingga bukan hanya pengetahuan Allah limpahkan kepada beliau melalui wahyu-wahyu Al-Qur'an tapi kalbu beliau dinari dengan ajaran Allah Swt sebagai rahmat untuk seluruh alam.²¹

Pelayanan kepada nasabah merupakan salah satu strategi dalam menawarkan produk kepada pasar mencakup beberapa pelayanan atau jasa. Adapun jenis pelayanan dibagi menjadi tiga , yaitu :²²

- 1) Pelayanan jasa-jasa
- 2) Pelayanan berkaitan menyediakan barang
- 3) Pelayanan berkaitan dengan kedua-duanya.

4. Promosi

a. Pengertian Promosi

Agar produk dapat dijual kepada konsumen atau nasabah maka masyarakat harus mengetahui tentang produk yang ditawarkan, cara untuk memberitahukan kepada masyarakat melalui sarana promosi. Promosi merupakan kegiatan menyampaikan informasi kepada masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung tanpa promosi akan memengaruhi penjualan produk karena masyarakat tidak mengetahui dan mengenal bank apalagi produk-produknya. Promosi juga merupakan kegiatan memberikan insentif jangka pendek untuk menarik perhatian masyarakat dalam membeli atau mengonsumsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan baik itu dalam bentuk barang ataupun jasa yang dihasilkan dapat diketahui

²¹ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 309.

²² Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 131.

calon pembeli atau konsumen tentang produk atau jasa dan tertarik untuk melakukan keputusan.²³ Dimana promosi kegiatan dari *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga, dan tempat, serta yang paling sering diidentifikasi dalam pemasaran arti sempit.

Kesimpulan promosi di atas adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi tentang produk yang ditawarkan oleh bank atau penjual agar calon pembeli atau nasabah mengetahui tentang produk tersebut. Masyarakat akan lebih mengetahui sebuah produk yang kita tawarkan dengan promosi yang mudah dilihat seperti brosur, iklan dan sebagainya.

b. Jenis Promosi

Perusahaan yang akan melakukan promosi, tentunya akan memilih alat promosi yang akan dilakukan dan seorang manajer pemasaran bank harus mengetahui jenis dalam bentuk promosi. Adapun jenis-jenis promosi dibedakan menjadi empat, yaitu :²⁴

- 1) Periklanan, yaitu mengenalkan cita produk dengan jangka panjang dan cara yang efisien karena dapat diketahui banyak orang dan menyeluruh ke semua tempat.
- 2) *Sales selling* (penjualan tatap muka), yaitu cara yang efektif dengan mendatangi langsung masyarakat sehingga konsumen dapat bertanya langsung tentang produk.

²³ Aditya bagus dan yessy artanti, "Pengaruh Citra Dan Merek Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri" Vol 2 No. 4 (2014): hlm. 12.

²⁴ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 170.

- 3) *Sales promotion* (promosi penjualan), yaitu sarana yang lebih intensif dan komunikatif.
- 4) *Publicity* (publisitas), yaitu mempunyai kepercayaan nilai yang tinggi dapat menjangkau banyak pihak.

c. Tujuan Promosi

Bank harus menentukan alat promosi yang mudah diketahui masyarakat dengan pengeluaran yang sesuai dengan promosi tersebut. Dalam melakukan promosi oleh bank syariah atau perusahaan yang lainnya pasti mempunyai tujuan untuk pemasaran produknya. Ada beberapa tujuan promosi, sebagai berikut :²⁵

- 1) Memperkenalkan dan menjual jasa-jasa atau produk
- 2) Agar bank dapat bersaing dengan pasar yang semakin kompetitif
- 3) Menjual dengan *goodwill* dan *idea* yang baik tentang bank yang bersangkutan.

B. Penelitian terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang telah diteliti dengan konsep yang sama dan berdekatan dengan penelitian ini sebenarnya telah ada, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengangkat judul ini kembali.

²⁵ Nur Rianto Al Arif, hlm. 171.

Tabel II.1
Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti an	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fauziatul Hidayati (2018)	Determinan Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Citra Bank Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Skripsi dari Institut Agama Islam Negeri Salatiga)	hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa iklan, kualitas, dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sedangkan citra bank tidak berpengaruh terhadap keputusan dikarenakan tingkat signifikannya melebihi 5%.
2.	Nur Amaliah Sholeha (2017)	Analisis Keputusan Nasabah Pemilihan Produk Pembiayaan Griya BSM (Studi pada Bank Syariah Mandiri KC Kedaton Bandar Lampung). (Skripsi dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)	Hasil penelitian menunjukkan dengan uji t bahwa faktor keagamaan, pelayanan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan produk pembiayaan griya BSM dengan nilai t hitung > t .
3.	Ida Liza (2017)	Analisis Faktor – Faktor Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah (Studi pada Bank Syariah Mandiri KC Kedaton Bandar Lampung). (Skripsi dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).	Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel faktor internal dan faktor eksternal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah. Sedangkan uji Parsial faktor Variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah sedangkan faktor eksternal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah.
4.	Aditya Bagus dan Yessy	Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan promosi penjualan secara simultan mempengaruhi keputusan

	artanti (2014)	Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri (Jurnal Manajemen, Vol 2 No.4, oktober 2014 dari Universitas Negeri Surabaya)	pembelian sepatu pria sebesar 55% dan sisanya sebesar 45% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian.
5.	Annisa wahyul kharimah (2018)	Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol 2 No. 2 tahun 2018 dari universitas purwokerto)	Hasil penelitian bahwa pelayanan, promosi, dan pengetahuan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan variabel budaya dan psikologi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
6.	Anggi Dwi Lestari (2019)	Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah di Warung Al-barokah Sate Madura (Skripsi dari Institut Negeri Islam Negeri Padangsidimpuan)	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan, variabel lokasi dan variabel pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah sedangkan secara simultan variabel promosi, lokasi dan pelayanan sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung Al-barokah II Sate Madura Padangsidimpuan.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas adanya persamaan peneliti dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang keputusan nasabah, sedangkan perbedaannya, yaitu :

1. Fauziatul hidayati meneliti tentang Determinan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di berdasarkan citra bank sebagai variabel intervening. Dari penelitian ini saudara hanum melakukan penelitian di

Bank Mandiri Syariah Salatiga sedangkan peneliti yaitu di Bank syariah di desa Nagasaribu kec. Padang Bolak Tenggara Kab. Padang Lawas Utara..

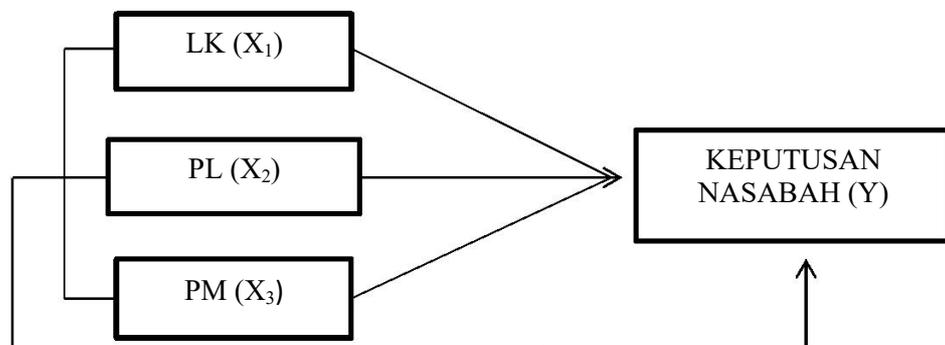
2. Nur amaliah sholeha tentang Analisis Keputusan Nasabah Pemilihan Produk Pembiayaan Griya BSM dari segi objek peneliti nur amaliah sholeha melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri KC Kedaton Bandar Lampung sedangkan peneliti di Bank syariah di desa Nagasaribu kec. Padang Bolak Tenggara Kab. Padang Lawas Utara..
3. Ida liza tentang Analisi Faktor – Faktor Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah. Ida liza melakukan penelitian pada BMT Syariah Makmur Sukabumi Indah Bandar Lampung sedangkan peneliti melakukan penelitian di Bank syariah di desa Nagasaribu kec. Padang Bolak Tenggara Kab. Padang Lawas Utara.
4. Annisa wahyul kharimah tentang pengaruh citra merek dan promosi penjualan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan bank syariah mandiri. Perbedaannya adalah pada waktu dan tempat penelitian serta bentuk variabel (x).
5. Benita fitriana tentang Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah perbedaannya dengan peneliti yaitu terdapat pada waktu dan tempat serta variabel (x) dan variabel (y) berbeda.

6. Anggi Dwi Lestari, pengaruh Promosi, Lokasi, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Warung Al-barokah Sate II Madura perbedaannya dengan peneliti adalah tempat dan waktu penelitian.

C. Kerangka pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran tentang hubungan antara variabel satu dengan memengaruhi variabel lainnya, artinya ada yang dipengaruhi dan ada yang memengaruhi.²⁶ Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dibahas selanjutnya diuraikan untuk mengetahui keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu kec. Padang Bolak Tenggara. Dengan demikian kerangka konsep penelitian inindapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar II.1
Kerangka pikir



Keterangan :

LK (X₁) = Lokasi

PL (X₂) = Pelayanan

PM (X₃) = Promosi

²⁶ Juliansyah Noor, *metode Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 53

Gambar menjelaskan bahwa adanya keterkaitan variabel independent (X) dan variabel dependent (Y). Dimana lokasi (X_1) dapat memengaruhi keputusan nasabah (Y), kemudian pelayanan (X_2) juga dapat memengaruhi keputusan nasabah (Y), dan promosi (X_3) dapat memengaruhi keputusan nasabah (Y). serta lokasi (X_1), pelayanan (X_2) dan promosi (X_3) dapat memengaruhi keputusan nasabah (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang perlu di uji kebenarannya, yaitu pernyataan tentang suatu konsep yang masih bersifat sementara dan harus diuji kebenarannya.²⁷ jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian yang dinyatakan dalam bentuk kalimat. Adapun hipotesis peneliti sementara yaitu:

H₁: Ada pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu kec. Padang Bolak Tenggara.

H₂ : Ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu kec. Padang Bolak Tenggara.

H₃ : Ada pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu kec. Padang Bolak Tenggara.

H₄ : Ada pengaruh lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu kec. Padang Bolak Tenggara.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitianm Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 63.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang diteliti pada masyarakat desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara, peneliti memilih masyarakat desa Nagasaribu sebagai tempat penelitian dikarenakan masyarakat lebih banyak menggunakan koperasi dibandingkan bank syariah padahal seluruh masyarakat desa Nagasaribu beragama Islam dan masyarakat desa Nagasaribu kurang mengetahui tentang bank syariah, namun lebih memilih koperasi sebagai tempat simpan pinjam. Waktu penelitian dimulai dari bulan 3 Desember 2020 sampai dengan 30 Agustus 2021.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif karena penelitian ini menggunakan angka dan berwujud, paradigma kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.²⁸ Penelitian kuantitatif dimana data yang bekerja dengan angka yang berwujud bilangan (nilai, peringkat, ataupun skor) dan dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer, data yang di dapat dari hasil pertama baik dari perseorangan maupun kelompok seperti hasil wawancara,

²⁸ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm. 50.

kuesioner yang dilakukan peneliti.²⁹ Peneliti akan membagikan kuesioner, wawancara untuk masyarakat desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekelompok unsur atau elemen yang dapat berbentuk manusia atau individu, tumbuhan, binatang, lembaga ataupun institusi, dokumen atau yang berbentuk konsep yang dijadikan objek pada penelitian.³⁰ Berdasarkan pernyataan di atas maka populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara dengan jumlah penduduk 2.797 jiwa.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang diambil dari bagian populasi yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian. Pengambilan data primer penelitian menggunakan instrumen angket dengan teknik *snowball sampling* atau bola salju dimana responden pertama akan menjadi salah satu informan tentang responden lain yang akan dijadikan responden dalam penelitian. keseluruhan sampel tersebut pengguna bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

D. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu langkah yang strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian ini merupakan mendapatkan data untuk diteliti karena tanpa teknik pengumpulan data peneliti tidak akan mendapatkan data untuk memenuhi

²⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 62.

³⁰ Sugiyono, hlm. 62.

standar data yang ditetapkan.³¹ Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Teknik kuesioner

Teknik kuesioner merupakan teknik yang digunakan pada pengumpulan data dengan memberikan pernyataan atau pertanyaan untuk para responden penelitian agar dijawab untuk mendapatkan data ataupun informasi.³² Metode ini, dapat dipergunakan responden bersedia untuk menjawab atau responden memiliki kemampuan untuk menjawab.

Tabel III.1
Penetapan Skor Alternatif dari Jawaban kuesioner

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

Keterangan :

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

³¹ Sugiyono, hlm. 224.

³² Rahmat, *Statistika Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 100.

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Keputusan Nasabah (Variabel Y)	1. Budaya	1, 2
	2. Sosial	3
	3. Pribadi	4, 5
	4. Psikologis	6

Tabel III.3
Kisi-kisi Angket Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Lokasi (Variabel X ₁)	1. Strategis	1, 2
	2. Aman	3
	3. Kenggulan	4, 5, 6

Tabel III.4
Kisi-kisi Angket Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Pelayanan (Variabel X ₂)	1. <i>Attitude</i> (sikap)	1, 2, 3
	2. <i>Attention</i> (perhatian)	3, 4
	3. Penampilan	6

Tabel III.5
Kisi-kisi Angket Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Promosi (Variabel X ₃)	1. Periklanan	1, 2
	2. Sales penjualan	3, 4
	3. Penjualan pribadi	5
	4. Publisitas	6

2. Teknik wawancara

Pengumpulan data dengan wawancara adalah cara atau teknik untuk mendapatkan informasi jika peneliti ingin melakukan studi penelitian untuk mengetahui permasalahan yang yang diteliti dengan mewawancarai secara langsung ke responden, alat pengumpulan data sini menggunakan pedoman wawancara/*interview*.³³

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tempat mengelola data menjadi informasi dan sehingga menghasilkan karakteristik sifat-sifat dapat dipahami serta berguna untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.³⁴ Dengan terkumpulnya data hasil dari pengumpulan data kemudian akan dilakukan analisis data menggunakan statistik yaitu SPSS versi 20. Teknik yang digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pernyataan atau kuisisioner untuk melihat pernyataan dalam kuisisioner oleh responden dengan maksud apakah pernyataan tersebut dapat digunakan atau tidak. Adapun penjelasan dari validitas dan reliabilitas sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah kalayakan butir-butir atau pernyataan-pernyataan dalam daftar pernyataan dari responden. Daftar

³³ Rahmat, hlm. 105.

³⁴ Maman Abdur Rahman dan Samba Ali Muhidin, *Panduan Praktik Memahami Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 145.

pernyataan ini biasanya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.³⁵ Mengukur pengujian signifikan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi, jika nilai positif dan r hitung \geq r tabel maka dapat dinyatakan valid dan jika r hitung \leq r tabel maka dinyatakan tidak valid.³⁶

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran untuk kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan berkaitan dengan penelitian yang merupakan dimensi dari sebuah variabel dan disusun dalam bentuk kuisioner uji ini sering disebut uji kehandalan.³⁷ Dalam penelitian ini menggunakan *Croanbach Alpha* $> 0,6$ maka pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel tersebut handal atau *reliabel* dan jika $< 0,6$ maka pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel tidak variabel.

2. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah ada populasi data distribusi normal atau tidak, jika terdapat data berdistribusi normal maka dapat digunakan statistik parametrik namun jika tidak ada data berdistribusi maka menggunakan statistik nonparametrik.³⁸ Pengujian normalitas dilakukan dengan metode *kolmogrov-simirnov* dengan

³⁵ Wiratna Sujarweni dan Poly Endaryanto, *Statiska Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 187.

³⁶ Dwi Priyanto, *Belajar Praktis Analisis Parametrik Dan Non Parametrik Dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2012), hlm. 51.

³⁷ Wiratna Sujarweni dan Poly Endaryanto, *Statiska Untuk Penelitian*, hlm. 186.

³⁸ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitain Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 153.

melihat sisi signifikansi, jika signifikansi kurang dari 0,05 maka dinyatakan tidak berdistribusi dan jika lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

3. Uji Linearitas

Uji linearitas untuk mengetahui apakah variabel atau lebih mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan menggunakan *deviation for linearitas* dengan taraf 0,05.³⁹ Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linear antara independent variabel dan dependent variabel dengan menggunakan SPSS dengan taraf signifikan 0,05.

- a. Jika nilai *deviation for linearitas* $> 0,05$ maka dapat dikatakan mempunyai hubungan linear.
- b. Jika nilai *deviation for linearitas* $< 0,05$ maka dapat dikatakan tidak mempunyai hubungan linear.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah sebuah alat pengukur model regresi untuk melihat adanya korelasi antara *independent* (variabel bebas) yang sedang diteliti.⁴⁰ Uji Multikolinearitas dapat menggunakan uji regresi pada patokan *Variabel Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance* dengan kriteria sebagai berikut :

³⁹ Rochmad Aldy Purnomo, *Analisis Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), hlm. 95.

⁴⁰ Perdana dan Echo, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22* (Bangka Belitung: LAB KOM Manajemen FEUBB, 2016), hlm. 47.

- 1) Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak dikatakan ada masalah multikolinearitas.
- 2) Jika nilai $Tolerance \geq 0,1$ maka dikatakan tidak ada masalah multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan model regresi untuk menemukan ketidaksamaan dari residual dalam tahap pengamatan ke pengamatan yang lainnya.⁴¹ Untuk menentukan heteroskedastisitas menggunakan *Sperman's rho*, yaitu jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, namun apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidak korelasi antara variabel *dependent* dan variabel *independent* pada waktu tertentu. Cara mendeteksi korelasi antara variabel menggunakan statistik Durbin Watson dengan menetapkan autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada

⁴¹ Perdana dan Echo, hlm. 49.

variabel lag di antara variabel *independent* dan *dependent*.

Pengambilan keputusan ada tidaknya korelasi, yaitu :⁴²

H₀ : tidak ada Autokorelasi ($r = 0$)

H_A : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Hipotesis	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_1$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No desicison</i>	$d_1 \leq d \leq d_u$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - d_1 < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	<i>No desicison</i>	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_1$
Tidak ada autokorelasi Positif atau negatif	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi menjelaskan bagaimana mengukur jauh kemampuan model dalam menguraikan variabel – variabel dalam penelitian. Jika nilai koefisien determinasi (R^2) kecil artinya kecil kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen dan jika nilai koefisien (R^2) semakin besar berarti besar pula kemampuan variabel independen menjelaskan atau memberikan informasi tentang variabel dependen.⁴³

⁴² Imam ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 108.

⁴³ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi 3* (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 240.

b. Uji Signifikan Parsial (uji-t)

Uji signifikan digunakan untuk mengetahui apakah lokasi, pelayanan, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Nilai t_{tabel} dicari pada tabel statistik pada signifikan 0,05 dengan $df = n-k-1$.⁴⁴

Keterangan :

df = derajat kebiasaan

n = jumlah anggota sampel

k = jumlah variabel independen

Kriteria pengujian adalah jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak H_1 diterima, jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima H_1 tolak, dan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

c. Uji Signifikan Simultan (uji f)

Untuk mengetahui secara simultan apakah variabel bebas memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel dependen. Rumus yang digunakan untuk menentukan F_{tabel} adalah $df 1 = k-1$ dan $df 2 = n-k$.⁴⁵

Keterangan :

df 1 = derajat kebebasan pertama

df 2 = derajat kebebasan kedua

k = jumlah variabel independen

n = jumlah sampel

⁴⁴ Dwi Priyanto, *Belajar Praktis Analisis Parametrik Dan Non Parametrik Dengan SPSS*, hlm. 56.

⁴⁵ Dwi Priyanto, hlm. 56.

Kriteria yang digunakan dalam pengujian adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linier berganda untuk mengukur tingkat hubungan statistik antara variabel dua variabel. Selanjutnya, mengubah data angket berupa data ordinal menjadi data interval dengan metode (MSI) setelah memenuhi syarat uji regresi kemudian dibantu menggunakan Statistik *SPSS* versi 20 . Adapun persamaan analisis regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut.⁴⁶

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Keputusan nasabah

α = Konstanta

b_1 = Koefisien untuk variabel lokasi

b_2 = Koefisien untuk variabel pelayanan

b_3 = Koefisien untuk variabel promosi

X_1 = Lokasi

X_2 = Pelayanan

X_3 = Promosi

⁴⁶ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015), hlm. 160.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Bank Syariah di Indonesia

Bank syariah merupakan gagasan dari Lembaga Keuangan Syariah dan rancangan MUI untuk mendirikan bank syariah di Indonesia. salah satunya yaitu Bank Muamalat Indonesia, Akte pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia di tanda tangani pada tanggal 1 November 1991 dan didirikan pada tanggal 1 mei 1992 yang kita kenal dengan Bank Muamalat. Kemudian muncul UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan dan Pemerintah menanggapi UU tersebut dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil di ikuti Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), Lembaga Baitil Maal Wattamwil (BMT), dan dibentuk Reksadana Syariah pada tahun 1997. Pada tahun 1998 muncul UU No. 10 Tahun 1998 perubahan UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan yang mengakui keberadaan bank syariah dan bank konvensional serta memperbolehkan membuka kantor cabang syariah.⁴⁷

Pemerintah kemudian mengeluarkan UU No. 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia yang mengakomodasikan kebijakan moneter berdasarkan prinsip syariah dimana BI bertanggung jawab terhadap pengaturan dan pengawasan bank komersial termasuk bank syariah dan dapat menetapkan kebijakan moneter dengan menggunakan prinsip syariah, berselang 5 tahun kemudian keluar UU. No.3 Tahun 2004 yang

⁴⁷ Nofinawati, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 38.

mempertegas penetapan kebijakan moneter yang dilakukan oleh BI dapat dilakukan dengan prinsip syariah dan BI dapat menyiapkan standarisasi akad, tingkat kesehatan, dan lembaga penjamin simpanan. Dan yang terakhir keluarlah UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disahkan dengan memberikan landasan hukum perkembangan bank syariah nasional dan diharapkan mendorong perkembangan bank syariah yang selama 5 tahun terakhir asetnya bertumbuh lebih dari 5% per tahun dan terdapat beberapa peraturan BI yang diamankan oleh UU No.21 Tahun 2008.⁴⁸

Indonesia sebelumnya mengalami krisis moneter pada tahun 1999 yang berdampak negatif kepada sistem ekonomi, namun Bank Muamalat Indonesia (BMI) masih dapat bertahan. Pada tahun yang sama berdirilah Bank Syariah Mandiri (BSM) sebagai bahan percobaan oleh bank syariah, jika BSM berhasil maka bank syariah dapat berkembang dan sebaliknya. BSM merupakan bank syariah yang didirikan oleh bank BUMN milik Pemerintah yang menyebabkan banyak kekhawatiran jika terjadi kegagalan, namun perkembangan BSM berjalan dengan pesat, pendirian bank syariah mandiri di ikuti oleh pendirian beberapa bank syariah atau unit usaha syariah lainnya.⁴⁹

Berdasarkan UU No.21 Tahun 2008 bank syariah menjalankan usahanya sesuai dengan syariah dan menurut jenisnya terbagi tiga, yaitu bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank

⁴⁸ Nofinawati, hlm. 41.

⁴⁹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), hlm. 31.

pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Bank umum syariah adalah bank syariah yang berdiri sendiri tidak bagian dari bank konvensional, seperti bank muamalat, bank syariah mandiri, bank syariah bukupoin dan lainnya. Selanjutnya unit usaha syariah merupakan unit dari kantor bank konvensional sebagai kantor cabang kegiatan usaha sesuai syariah dan masih dibawah pengelolaan bank konvensional antara lain, BNI syariah dan bank danamon syariah. Sedangkan bank pembiayaan rakyat syariah adalah lembaga keuangan rakyat syariah yang seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya tidak dilakukan dalam lalu lintas pembayaran atau tidak mempunyai kegiatan dalam jasa pembayaran.

B. Gambaran Umum Responden

Pengambilan data primer penelitian menggunakan instrumen angket dengan teknik *snowball sampling* atau bola salju terhadap masyarakat desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara yang menggunakan bank syariah, responden pertama akan menjadi salah satu informan tentang responden lain yang akan dijadikan responden dalam penelitian. Penduduk desa Nagasaribu sebanyak 2.797 jiwa dengan 764 kartu keluarga dan mempunyai 11 dusun yaitu nagasaribu julu, sumuran, sigalangan, suka rame, pangaribuan, parmahanan, pasar, nagasaribu lama, janji manahan, bargottopong, janji raja. Angket keputusan nasabah memiliki 6 butir pernyataan, angket lokasi memiliki 6 pernyataan, angket pelayanan memiliki 6 butir pernyataan dan angket promosi memiliki 6 butir pernyataan. Penyebaran dan pengumpulan angket dimulai dari

tanggal 30 Juni 2021. Penyebaran angket kepada responden secara langsung oleh peneliti di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara. Dari penelitian terdapat 30 orang yang menggunakan bank syariah dan mempunyai ATM dan buku tabungan yang menjadi bukti nyata serta di jadikan sebagai sampel dalam penelitian. Nasabah.

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penyebaran angket di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara, yaitu sebagai berikut.

Tabel IV.1
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Pria	10	25%
Wanita	20	75%

Sumber: Data diolah, 2021

Pada tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh jumlah responden pria lebih sedikit daripada responden wanita yang menggunakan bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara dengan jumlah sampel sebanyak 30 orang, dimana dapat dilihat responden pria sebanyak 10 orang dan responden wanita sebanyak 20 Orang.

2. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Tabel VI.2
Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah responden	Persentase
PNS/Pegawai	5	10%
Wiraswasta	15	62,5%
Mahasiswa/Pelajar	7	20,5%
Petani	3	7%

Sumber: Data diolah, 2021

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dari seluruh sampel penelitian bahwa wiraswasta yang paling banyak berminat di bank syariah dengan jumlah responden sebanyak 15 orang sedangkan PNS/Pegawai 5 orang, Mahasiswa/Pelajar 7 orang dan Petani sebanyak 3 orang.

3. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Tabel VI.3
Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Jumlah responden	Persentase
S1/S2/S3	5	10%
SMA/SMK	17	72,5%
SMP	3	7%
SD	5	10,5%

Sumber: Data diolah, 2021

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terdapat tingkat SMK/SMK yang paling banyak yaitu 17 orang, pendidikan tingkat

S1/S2/S3 dan SD sebanding yaitu 5 orang dan paling sedikit tingkat SMP yaitu 3 orang.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Hasil uji validitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel VI.4
Hasil Uji Validitas Lokasi (X₁)

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1	0,658	Nilai valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=30$, dan diperoleh $r_{tabel}=0,361$	Valid
2	0,748		Valid
3	0,560		Valid
4	0,774		Valid
5	0,819		Valid
6	0,571		Valid

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Berdasarkan uji validitas tabel 10 dapat dilihat semua item pernyataan pada angket lokasi yang mempunyai 6 butir pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

Tabel VI.5
Hasil Uji Validitas Pelayanan (X₂)

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1	0,805	Nilai valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=30$, dan diperoleh $r_{tabel}=0,361$	valid
2	0,618		valid
3	0,623		valid
4	0,698		valid
5	0,486		valid
6	0,602		valid

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Berdasarkan uji validitas di atas dapat dilihat semua item pernyataan pada angket lokasi yang mempunyai 6 butir pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

Tabel VI.6
Hasil Uji Validitas Promosi (X₃)

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1	0,520	Nilai valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=30$, dan diperoleh $r_{tabel}=0,361$	valid
2	0,730		valid
3	0,598		valid
4	0,629		valid
5	0,556		valid
6	0,605		valid

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Berdasarkan uji validitas di atas dapat dilihat semua item pernyataan pada angket lokasi yang mempunyai 6 butir pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

Tabel VI.7
Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1	0,617	Nilai valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=30$, dan diperoleh $r_{tabel}=0,361$	Valid
2	0,608		Valid
3	0,567		Valid
4	0,660		valid
5	0,711		valid
6	0,583		valid

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Berdasarkan uji validitas di atas dapat dilihat semua item pernyataan pada angket lokasi yang mempunyai 6 butir pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel VI.8
Hasil Uji Reliabilitas pada Lokasi (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.764	6

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Berdasarkan hasil uji reliabilitas lokasi dapat dinyatakan *reliabel*, dikarenakan nilai *Cronboach Alpha* $0,764 \geq 0,6$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dinyatakan *reliabel* dan uji reliabilitas untuk variabel pelayanan sebagai berikut.

Tabel VI.9
Hasil Uji Reliabilitas pada Pelayanan (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.679	6

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pelayanan dapat dinyatakan *reliabel*, dikarenakan nilai *Cronboach Alpha* $0,679 \geq 0,6$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dinyatakan *reliabel* dan uji reliabilitas untuk variabel promosi sebagai berikut.

Tabel VI. 10
Hasil Uji Reliabilitas pada Promosi (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.655	6

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Berdasarkan hasil uji reliabilitas promosi dapat dinyatakan *reliabel*, dikarenakan nilai *Cronboach Alpha* $0,655 \geq 0,6$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dinyatakan *reliabel* dan uji reliabilitas untuk variabel keputusan nasabah sebagai berikut.

Tabel VI.11
Hasil Uji Reliabilitas pada Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.677	6

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Berdasarkan hasil uji reliabilitas keputusan nasabah dapat dinyatakan *reliabel*, dikarenakan nilai *Cronboach Alpha* $0,677 \geq 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dinyatakan *reliabel*.

2. Uji Normalitas.

Hasil uji validitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel VI.12
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LK	PL	PM	KN
N		30	30	30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	25.17	24.57	24.20	25.27
		3.374	2.944	3.134	2.912
	Absolute	.126	.159	.125	.103
Most Extreme Differences	Positive	.126	.108	.125	.103
	Negative	-.099-	-.159-	-.087-	-.097-
	Kolmogorov-Smirnov Z	.690	.868	.687	.565
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.728	.438	.733	.907

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Berdasarkan hasil uji normalitas pada di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asymp.Sig 2-tailed*) untuk variabel lokasi (X_1) $0,728 \geq 0,05$ variabel pelayanan (X_2) $0,438 \geq 0,05$ variabel promosi (X_3) $0,733 \geq 0,05$ dan variabel keputusan nasabah (Y) $0,907 \geq 0,05$ maka dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

3. Uji Linearitas

Hasil uji linearitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel VI.13
Hasil Uji Linearitas Lokasi terhadap Keputusan Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KN * LK	Between Groups	(Combined)	210.750	9	23.417	13.336	.000
		Linearity	201.087	1	201.087	114.525	.000
		Deviation from Linearity	9.663	8	1.208	.688	.698
	Within Groups		35.117	20	1.756		
Total		245.867	29				

Hasil dari tabel uji linearitas menjelaskan bahwa taraf signifikan pada *deviation from linearity* $0,698 \geq 0,05$ maka dapat dinyatakan antara variabel lokasi (X_1) dan keputusan nasabah terdapat hubungan yang linear..

Tabel VI.14
Hasil Uji Linearitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KN * PL	Between Groups	(Combined)	123.783	9	13.754	2.253	.063
		Linearity	65.656	1	65.656	10.756	.004
		Deviation from Linearity	58.128	8	7.266	1.190	.353
	Within Groups		122.083	20	6.104		
Total		245.867	29				

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Hasil dari tabel uji linearitas menjelaskan bahwa taraf signifikan pada *deviation from linearity* $0,353 \geq 0,05$ maka dapat dinyatakan antara variabel lokasi (X_2) dan keputusan nasabah terdapat hubungan yang linear. Selanjutnya uji linearitas promosi terhadap keputusan nasabah sebagai berikut.

Tabel VI.15
Hasil Uji Linearitas Promosi terhadap Keputusan Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KN * PM	Between Groups	(Combined)	31.067	10	3.107	.275	.980
		Linearity	1.321	1	1.321	.117	.736
		Deviation from Linearity	29.745	9	3.305	.292	.968
	Within Groups		214.800	19	11.305		
Total			245.867	29			

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Berdasarkan hasil dari tabel uji linearitas menjelaskan bahwa taraf signifikan pada *deviation from linearity* $0,968 \geq 0,05$ maka dapat dinyatakan antara variabel lokasi (X_3) dan keputusan nasabah terdapat hubungan yang linear.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel VI.16
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.702	2.471		2.713	.012		
LK	.760	.081	.881	9.369	.000	.723	1.384
PL	.088	.095	.089	.928	.362	.689	1.451
PM	-.113	.078	-.122	-1.458	.157	.916	1.092

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai VIF lokasi (X_1) $1,381 \leq 10$ kemudian nilai VIF pelayanan (X_2) $1,451 \leq 10$ dan nilai VIF promosi (X_3) $1,092 \leq 10$ dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas. Sedangkan nilai *tolerance* lokasi (X_1) $0,723 \geq 0,1$ kemudian nilai *tolerance* pelayanan (X_2) $0,689 \geq 0,1$ dan nilai *tolerance* promosi (X_3) $0,916 \geq 0,1$ maka disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas variabel lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah.

b. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel VI.17
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			LK	PL	PM	Unstandardized Residual
Spearman's rho	LK	Correlation Coefficient	1.000	.594**	.201	.210
		Sig. (2-tailed)		.001	.288	.265
		N	30	30	30	30
	PL	Correlation Coefficient	.594**	1.000	.317	-.029
		Sig. (2-tailed)	.001		.088	.880
		N	30	30	30	30
	PM	Correlation Coefficient	.201	.317	1.000	.129
		Sig. (2-tailed)	.288	.088		.497
		N	30	30	30	30
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.210	-.029	.129	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.265	.880	.497		
	N	30	30	30	30	

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

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Berdasarkan uji heteroskedastisitas diatas diperoleh nilai signifikan variabel lokasi (X_1) $0,265 \geq 0,05$ kemudian nilai signifikan variabel pelayanan (X_2) $0,880 \geq 0,05$ dan nilai signifikan variabel promosi (X_3) $0,497 \geq 0,05$ maka dinyatakan bahwa ketiga variabel tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel VI.18
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.913 ^a	.834	.815	1.253	1.958

a. Predictors: (Constant), PM, LK, PL

b. Dependent Variable: KN

Berdasarkan hasil tabel autokorelasi untuk nilai DW = 1,958 dibandingkan dengan nilai tabel signifikan 0,05 dengan jumlah sampel sebanyak 30 dan variabel independen 3 ($k=3$) = 3,30 sehingga didapatkan hasil d_u dari tabel sign 0,05 = 1,650 sedangkan DW lebih besar dari batas d_u dan kurang dari $(4-d_w) = 4-1,650 = 2,350$ atau disimpulkan $DU < DW < (4-DW)$ yaitu $1,650 < 1,958 < 2,350$ sehingga tidak terjadi autokorelasi.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel VI.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.913 ^a	.834	.815	1.253	1.958

Hasil uji koefisien determinasi diperoleh bahwa nilai $r = 0,913$ berarti terjadi hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan nilai *R Square* = 0,815 atau 81,5% artinya variabel lokasi, pelayanan, dan promosi memberikan kontribusi terhadap keputusan nasabah sebesar 80% dan sisanya dipengaruhi faktor lain.

b. Uji t (Parsial)

Hasil uji t (parsial) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel VI.20
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.702	2.471		2.713	.012
LK	.760	.081	.881	9.369	.000
PL	.088	.095	.089	.928	.362
PM	-.113	.078	-.122	-1.458	.157

a. Dependent Variable: KN

Hasil uji t diatas nilai variabel lokasi (X_1) t_{hitung} 9,369 dan sebelumnya harus dilakukan penghitungan untuk nilai t_{tabel} dengan taraf signifikan 0,05 diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = 30-3-1 = 26$ sehingga nilai t_{tabel} 2,042. Untuk interpretasi hasil pengujian sebagai berikut.

- a. hasil uji t pada variabel lokasi (X_1) nilai t_{hitung} 9,369 \geq nilai t_{tabel} 2,042 dan nilai sig 0,000 \leq 0,05 maka H_{O1} ditolak dan H_1 diterima adanya pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.
- b. hasil uji t pada variabel pelayanan (X_2) nilai t_{hitung} 0,928 \leq t_{tabel} 2,042 dan nilai sig 0,316 \geq 0,05 maka H_{O2} diterima dan H_2 ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh variabel pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.
- c. hasil uji t pada variabel promosi (X_3) nilai t_{hitung} 1,458 \leq t_{tabel} 2,042 dan nilai sig 0,111 \geq 0,05 maka H_{O3} diterima dan H_3 ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh variabel promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

c. Uji F (Simultan)

Hasil uji f (simultan) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel VI.21
Hasil uji f (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	205.029	3	68.343	43.512	.000 ^b
	Residual	40.838	26	1.571		
	Total	245.867	29			

a. Dependent Variable: KN

b. Predictors: (Constant), PM, LK, PL

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Berdasarkan hasil dari uji f (simultan) terdapat nilai F_{hitung} 43,512 dan nilai F_{tabel} dilihat dari rumus dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$, $df = 30-3-1 = 26$ nilai yang diperoleh 2,89. Maka disimpulkan $F_{hitung} 44,628 \geq F_{tabel} 2,89$ dan nilai sig $0,000 \leq 0,5$ dapat dinyatakan bahwa Hipotesis H_{O4} ditolak dan H_4 diterima sehingga lokasi, pelayanan, dan promosi mempunyai hubungan dengan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

6. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil uji analisis regresi linear berganda yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel VI.22
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.702	2.471		2.713	.012
LK	.760	.081	.881	9.369	.000
PL	.088	.095	.089	.928	.362
PM	-.113	.078	-.122	-1.458	.157

a. Dependent Variable: KN

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 20

Hasil uji analisis regresi linier berganda dilihat pada Tabel IV,30 maka disimpulkan persamaan regresi diartikan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 - b_3X_3$$

$$KN = 6,702 + 0,760 LK + 0,088PL - 0,113PM$$

- a. Nilai konstanta atau keadaan dari *unstandardized coefficients* sebesar 6,702 berarti variabel lokasi (X_1), pelayanan (X_2) dan promosi (X_3) di asumsikan satuan artinya keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara sebesar 6,702.
- b. Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X_1) yaitu 760 diartikan jika lokasi diasumsikan satuan dapat meningkatkan keputusan nasabah sebesar 760 maka koefisien regresi bernilai positif dan terjadi hubungan yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul determinan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara kemudian data diolah menggunakan program SPSS versi 20. Berdasarkan hasil uji t dan uji f pada penelitian diperoleh hasil sebagai berikut.

1. Pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara

Berdasarkan rumus hasil uji t pada variabel lokasi (X_1) nilai t_{hitung} 9,369 \geq nilai t_{tabel} 2,042 dan nilai sig 0,000 \leq 0,05 maka H_{01} ditolak dan H_1 diterima menunjukkan adanya pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Nur Arianto Al-Arif dalam bukunya yang berjudul “*Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*” yang menyatakan :

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih bank syariah salah satunya adalah lokasi, yang mana Lokasi bank yang strategis dan mudah dikunjungi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan nasabah.

Hasil penelitian didukung oleh penelitian Nurcahaya yang berjudul Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Wadiah di Bank Syariah Mandiri KC Padangsidempuan yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan wadiah di bank syariah mandiri KC Padangsidempuan.

2. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

Berdasarkan hasil uji t pada variabel pelayanan (X_2) nilai t_{hitung} $0,928 \leq t_{tabel} 2,042$ dan nilai sig $0,316 \geq 0,05$ maka H_{O2} diterima dan H_2 ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh variabel pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kasmir dalam bukunya yang berjudul “*Pemasaran Bank*” yang menyatakan :

Pelayanan yang diberikan pegawai bank terhadap calon nasabah akan memberikan *feedback* sesuai dengan pelayanan yang didapatkan masyarakat, namun nasabah akan memilih jika mendapatkan keuntungan yang lebih besar yang membuat pelayanan tidak memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Hasil penelitian didukung oleh penelitian Nurkholish Majid yang berjudul Determinan Pengambilan Keputusan Memilih Bank Syariah menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan empati dan bukti fisik tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih bank syariah.

3. Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

Berdasarkan hasil uji t pada variabel promosi (X_3) nilai t_{hitung} $1,458 \leq t_{tabel} 2,042$ dan nilai sig $0,111 \geq 0,05$ maka H_{O3} diterima dan H_3 ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh variabel promosi

terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Herri Sutanto dan Khaerul Umam dalam bukunya yang berjudul “ *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* “ yang menyatakan :

Kegiatan menyampaikan informasi kepada masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung sebuah produk bank syariah agar diketahui oleh masyarakat serta memberikan kejelasan harga, kelebihan produk, namun jika melakukan promosi tidak mempunyai kejelasan dan kurang menarik tidak memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Promosi bank syariah di Gunung tua sudah mulai berkembang dengan mengikuti zaman yaitu promosi berbentuk iklan di sosial media dan sudah mulai melakukan promosi ke pelosok desa dan tidak berfokus di daerah Gunung tua dan sekitarnya sehingga promosi tidak memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

Hasil penelitian didukung oleh penelitian Lince Hairani yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Hubungan Masyarakat terhadap Jumlah Nasabah pada PT. Bank Muamalat, Tbk. KCU Padangsidimpuan menyatakan bahwa promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap jumlah nasabah pada PT. Bank Muamalat, Tbk. KCU Padangsidimpuan

4. Pengaruh lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

Berdasarkan hasil uji F dengan nilai $F_{hitung} 44,628 \geq F_{tabel} 2,89$ dan nilai sig $0,000 \leq 0,5$ dapat dinyatakan bahwa Hipotesis H_{04} ditolak dan H_4 diterima sehingga lokasi, pelayanan, dan promosi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

Hasil penelitian sesuai dengan Mia Lasmi Wardiah dalam bukunya yang berjudul “*Dasar-Dasar Perbankan*” menyatakan :

Ada beberapa faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah yaitu pendidikan, produk, lokasi, pelayanan, dan promosi yang menjadi alasan nasabah dalam memilih bank syariah.

Hasil penelitian ini didukung oleh Penelitian Ainin Azizah yang berjudul *Determinan Keputusan Nasabah Memilih tabungan IB Hijrah* yang menyatakan bahwa lokasi, pelayanan dan promosi berpengaruh dalam memilih tabungan BI Hijrah.

E. Keterbatasan Penelitian

Kegiatan yang dilakukan dalam penelitian sudah sesuai dengan metodologi penelitian, namun peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan yang memungkinkan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan penelitian penyusunan skripsi sebagai berikut.

1. Keterbatasan peneliti dalam mencari bahan berupa buku – buku referensi yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Keterbatasan peneliti menggunakan variabel dalam penelitian, yaitu terbatas pada lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah sedangkan masih ada variabel yang belum diteliti.
3. Keterbatasan peneliti dalam menyebar angket (kuesioner), peneliti tidak dapat mengetahui apakah responden mengisi secara jujur dalam setiap pernyataan dalam angket (kuesioner).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai Determinan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara, maka kesimpulan diperoleh yaitu :

1. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara dikarenakan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_{01} ditolak dan H_1 diterima sehingga lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara
2. Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara dikarenakan nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_{02} diterima dan H_2 ditolak sehingga pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara
3. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara dikarenakan nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_{03} diterima dan H_3 ditolak sehingga promosi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di desa

Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara dikarenakan nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ sehingga dapat dinyatakan bahwa Hipotesis H_{04} ditolak dan H_{4} diterima .

B. Saran

Adapun saran peneliti berdasarkan hasil penelitan dan kesimpulan di atas sebagai berikut.

1. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, referensi dan sebagai bahan untuk meningkatkan masyarakat dalam memilih bank syariah dan acuan yang ingin melakukan penelitian tentang determinan keputusan nasabah memilih bank syariah.

2. Kepada masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam pengetahuan dan informasi tentang bank syariah sehingga tetap konsisten dalam memegang teguh prinsip syariah dan bergabung serta menjadi nasabah di bank syariah

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya bagus dan yessy artanti. “Pengaruh Citra Dan Merek Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri” Vol 2 No. 4 (2014).
- Ahmad Munajim, dkk. “Faktor Yang Mempengaruhi Menjadi Nasabah Bank Syariah” Vol. 1 No. 2 (2016).
- Ahmad Rodoni. *Asuransi Dan Pegadaian Syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Departemen Agama RI. *Al-Imran (Al-Qur'an Dan Terjemahannya)*. Jakarta: Lajnah penafsiran Mushafar Al-Qur'an, 2017.
- Desiana, dkk.,. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya” Vol. 11 No. 1 (2018).
- Dwi Priyanto. *Belajar Praktis Analisis Parametrik Dan Non Parametrik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2012.
- Erni Trisnawati dan Muhammad Hasanuddin. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2016.
- Herry sutanto dan khaerul umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Imam ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011.

- Jusuf Soewadji. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- M. Quraish Shihab,. *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Maman Abdur Rahman dan Samba Ali Muhidin. *Panduan Praktik Memahami Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Mudrajad Kuncoro. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi 3*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Nana Herdiana Abdurrahman. *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017.
- Nofinawati. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Perdana dan Echo. *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: LAB KOM Manajemen FEUBB, 2016.
- Rahmat. *Statistika Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Rochmad Aldy Purnomo. *Analisis Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2017.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- . *Metode Penelitianm Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Siregar Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.

Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015.

Wiratna Sujarweni dan Poly Endaryanto. *Statiska Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Nurhanifah Siregar
Jenis kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 13 Maret 1999
Anak ke : 1 dari 8 bersaudara
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara
Telepon, HP : 0822-8426-2471
E-mail : nurhanifahsiregar130399@gmail.com

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2006-2011 : SD Negeri 1 Padang Bolak Tenggara
Tahun 2011-2014 : SMP Negeri 2 Padang Bolak Tenggara
Tahun 2014-2017 : SMK Negeri 1 Padangsidempuan

PRESTASI AKADEMIK

IPK : 3,67

Karya Tulis Ilmiah : Determinan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

LAMPIRAN 1

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zulaika Matondang, M.,Si

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

Determinan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara

Yang disusun oleh :

Nama : Nurhanifah Siregar

NIM : 17 401 00253

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Adapun masukan saya sebagai berikut :

- 1.
- 2.
- 3.

Demikain harapan dan masukan yang saya berikan untuk dapat digunakan untuk menyempurnakan kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, September 2021

Zulaika Matondang, M.,Si

LAMPIRAN 2

Tabel
Data Jawaban Kuesioner Lokasi (X₁)

NO	NAMA RESPONDEN	PERNYATAAN (NO Item)						JUMLAH
		1	2	3	4	5	6	
1	LK1	4	4	4	4	3	5	24
2	LK2	4	5	5	5	5	3	27
3	LK3	3	4	5	3	3	4	22
4	LK4	4	4	5	5	5	4	27
5	LK5	4	5	5	5	4	5	28
6	LK6	3	4	4	4	3	4	22
7	LK7	5	5	4	5	4	5	28
8	LK8	5	4	4	4	5	3	25
9	LK9	4	4	4	4	4	4	24
10	LK10	3	4	5	4	3	4	23
11	LK11	3	3	4	3	3	4	20
12	LK12	4	3	4	4	3	4	22
13	LK13	5	4	5	5	5	5	29
14	LK14	4	4	3	5	4	2	22
15	LK15	5	4	5	4	4	4	26
16	LK16	1	4	4	4	3	4	20
17	LK17	5	5	5	5	5	5	30
18	LK18	5	4	4	4	5	4	26
19	LK19	4	4	4	4	4	5	25
20	LK20	5	5	5	5	5	5	30
21	LK21	5	4	3	3	4	1	20
22	LK22	5	5	5	5	5	5	30
23	LK23	3	4	4	3	3	5	22
24	LK24	4	4	4	4	4	4	24
25	LK25	5	5	5	5	5	5	30
26	LK26	4	5	5	5	5	4	28
27	LK27	4	4	5	2	2	3	20
28	LK28	5	5	5	5	5	5	30
29	LK29	5	4	5	3	5	4	26
30	LK30	4	5	3	4	4	5	25

Tabel
Data Jawaban Kuesioner Pelayanan (X₂)

NO	NAMA RESPONDEN	PERNYATAAN (NO Item)						JUMLAH
		1	2	3	4	5	6	
1	PL1	3	4	4	3	3	3	20
2	PL2	4	5	5	5	4	3	26
3	PL3	5	5	4	5	4	4	27
4	PL4	4	4	4	4	2	3	21
5	PL5	4	4	3	3	3	3	20
6	PL6	4	4	4	4	1	3	20
7	PL7	5	5	4	4	5	4	27
8	PL8	4	4	3	4	3	4	22
9	PL9	4	4	5	4	4	4	25
10	PL10	4	4	3	3	5	4	23
11	PL11	3	3	3	4	4	3	20
12	PL12	3	4	4	4	3	5	23
13	PL13	5	5	5	4	5	5	29
14	PL14	3	3	4	3	3	4	20
15	PL15	5	4	5	4	4	4	26
16	PL16	4	4	4	5	4	4	25
17	PL17	5	5	4	5	5	5	29
18	PL18	4	4	4	4	2	4	22
19	PL19	4	5	5	5	3	4	26
20	PL20	5	3	5	5	4	5	27
21	PL21	5	5	5	4	4	2	25
22	PL22	5	5	5	5	3	4	27
23	PL23	3	4	3	3	5	4	22
24	PL24	4	5	4	4	5	4	26
25	PL25	5	4	5	5	4	5	28
26	PL26	5	5	5	5	3	5	28
27	PL27	4	4	4	4	5	4	25
28	PL28	5	5	4	5	4	5	28
29	PL29	4	3	4	5	5	3	24
30	PL30	5	5	4	4	3	5	26

Tabel
Data Jawaban Kuesioner Promosi (X₃)

NO	NAMA RESPONDEN	PERNYATAAN (NO Item)						JUMLAH
		1	2	3	4	5	6	
1	PM1	4	5	4	5	4	3	25
2	PM2	2	3	4	5	4	4	22
3	PM3	4	4	5	4	4	5	26
4	PM4	5	3	4	3	4	3	22
5	PM5	4	4	4	4	4	4	24
6	PM6	5	3	4	2	3	4	21
7	PM7	5	3	4	3	4	5	24
8	PM8	5	5	5	5	5	5	30
9	PM9	4	4	5	4	4	5	26
10	PM10	4	5	4	3	4	4	24
11	PM11	4	3	4	3	3	4	21
12	PM12	4	3	4	4	3	4	22
13	PM13	3	3	2	4	5	5	22
14	PM14	4	5	4	4	5	2	24
15	PM15	3	3	3	3	3	3	18
16	PM16	4	5	4	5	3	2	23
17	PM17	3	3	5	4	5	5	25
18	PM18	3	2	4	4	4	2	19
19	PM19	4	4	5	4	4	3	24
20	PM20	4	5	3	5	5	4	26
21	PM21	5	4	5	5	3	4	26
22	PM22	4	3	4	4	3	3	21
23	PM23	2	3	4	3	5	4	21
24	PM24	4	3	4	5	4	4	24
25	PM25	5	4	5	5	5	5	29
26	PM26	5	5	5	5	5	5	30
27	PM27	4	3	4	3	5	4	23
28	PM28	3	5	5	4	4	5	26
29	PM29	4	5	4	5	5	5	28
30	PM30	5	5	5	5	5	5	30

Tabel
Data Jawaban Kuesioner Keputusan Nasabah (Y)

NO	NAMA RESPONDEN	PERNYATAAN (NO Item)						JUMLAH
		1	2	3	4	5	6	
1	KN1	5	4	4	4	3	5	25
2	KN2	4	5	4	5	5	3	26
3	KN3	3	4	5	3	3	4	22
4	KN4	4	4	5	5	5	4	27
5	KN5	4	5	5	5	4	5	28
6	KN6	3	4	4	4	3	4	22
7	KN7	5	5	4	5	4	5	28
8	KN8	5	4	4	4	5	3	25
9	KN9	3	4	4	5	4	4	24
10	KN10	3	4	5	4	3	4	23
11	KN11	3	3	4	3	3	4	20
12	KN12	4	3	4	4	3	4	22
13	KN13	5	4	5	5	5	5	29
14	KN14	4	4	3	5	4	2	22
15	KN15	5	4	5	4	4	4	26
16	KN16	5	4	4	4	3	4	24
17	KN17	5	5	5	5	5	5	30
18	KN18	5	4	4	4	5	4	26
19	KN19	4	3	4	5	4	5	25
20	KN20	5	5	5	5	5	5	30
21	KN21	5	4	3	3	4	1	20
22	KN22	5	5	5	5	5	5	30
23	KN23	3	4	4	3	3	5	22
24	KN24	4	5	4	3	4	4	24
25	KN25	5	4	5	4	4	5	27
26	KN26	4	5	3	4	5	4	25
27	KN27	4	4	5	5	4	3	25
28	KN28	5	5	5	5	5	5	30
29	KN29	5	4	5	3	5	4	26
30	KN30	4	5	3	4	4	5	25

LAMPIRAN 3

Hasil Uji Validitas Lokasi (X₁)

No. Item	Nilai r _{hitung}	Nilai r _{tabel}	Keterangan
1	0,658	Nilai valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan n=30, dan diperoleh $r_{tabel}=0,361$	Valid
2	0,748		Valid
3	0,560		Valid
4	0,774		Valid
5	0,819		Valid
6	0,571		Valid

Hasil Uji Validitas Pelayanan (X₂)

No. Item	Nilai r _{hitung}	Nilai r _{tabel}	Keterangan
1	0,805	Nilai valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan n=30, dan diperoleh $r_{tabel}=0,361$	valid
2	0,618		valid
3	0,623		valid
4	0,698		valid
5	0,486		valid
6	0,602		valid

Hasil Uji Validitas Promosi (X₃)

No. Item	Nilai r _{hitung}	Nilai r _{tabel}	Keterangan
1	0,520	Nilai valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan n=30, dan diperoleh $r_{tabel}=0,361$	valid
2	0,730		valid
3	0,598		valid
4	0,629		valid
5	0,556		valid
6	0,605		valid

Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)

No. Item	Nilai r _{hitung}	Nilai r _{tabel}	Keterangan
1	0,617	Nilai valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan n=30, dan diperoleh $r_{tabel}=0,361$	Valid
2	0,608		Valid
3	0,567		Valid
4	0,660		valid
5	0,711		valid
6	0,583		valid

LAMPIRAN 4

Hasil Uji Reliabilitas pada Lokasi (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	6

Hasil Uji Reliabilitas pada Pelayanan (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.679	6

Hasil Uji Reliabilitas pada Promosi (X₃)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.655	6

Hasil Uji Reliabilitas pada Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.677	6

LAMPIRAN 5

Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov Taest*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LK	PL	PM	KN
N		30	30	30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	25.17	24.57	24.20	25.27
		3.374	2.944	3.134	2.912
Most Extreme Differences	Absolute	.126	.159	.125	.103
	Positive	.126	.108	.125	.103
	Negative	-.099-	-.159-	-.087-	-.097-
Kolmogorov-Smirnov Z		.690	.868	.687	.565
Asymp. Sig. (2-tailed)		.728	.438	.733	.907

LAMPIRAN 6

Hasil Uji Linearitas Lokasi terhadap Keputusan Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KN * LK	Between Groups	(Combined)	210.750	9	23.417	13.336	.000
		Linearity	201.087	1	201.087	114.525	.000
		Deviation from Linearity	9.663	8	1.208	.688	.698
	Within Groups		35.117	20	1.756		
Total		245.867	29				

Hasil Uji Linearitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KN * PL	Between Groups	(Combined)	123.783	9	13.754	2.253	.063
		Linearity	65.656	1	65.656	10.756	.004
		Deviation from Linearity	58.128	8	7.266	1.190	.353
	Within Groups		122.083	20	6.104		
Total		245.867	29				

Hasil Uji Linearitas Promosi terhadap Keputusan Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KN * PM	Between Groups	(Combined)	31.067	10	3.107	.275	.980
		Linearity	1.321	1	1.321	.117	.736
		Deviation from Linearity	29.745	9	3.305	.292	.968
	Within Groups		214.800	19	11.305		
Total		245.867	29				

LAMPIRAN 7

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.702	2.471		2.713	.012		
LK	.760	.081	.881	9.369	.000	.723	1.384
PL	.088	.095	.089	.928	.362	.689	1.451
PM	-.113	.078	-.122	-1.458	.157	.916	1.092

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			LK	PL	PM	Unstandardized Residual
Spearman's rho	LK	Correlation Coefficient	1.000	.594**	.201	.210
		Sig. (2-tailed)		.001	.288	.265
		N	30	30	30	30
	PL	Correlation Coefficient	.594**	1.000	.317	-.029
		Sig. (2-tailed)	.001		.088	.880
		N	30	30	30	30
	PM	Correlation Coefficient	.201	.317	1.000	.129
		Sig. (2-tailed)	.288	.088		.497
		N	30	30	30	30
	Unstandardized	Correlation Coefficient	.210	-.029	.129	1.000

Residual	Sig. (2-tailed)	.265	.880	.497	
N		30	30	30	30

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.913 ^a	.834	.815	1.253	1.958

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.913 ^a	.834	.815	1.253	1.958

Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.702	2.471		2.713	.012
LK	.760	.081	.881	9.369	.000
PL	.088	.095	.089	.928	.362
PM	-.113	.078	-.122	-1.458	.157

LAMPIRAN 8

Hasil uji f (Simultan)

ANOVA^a

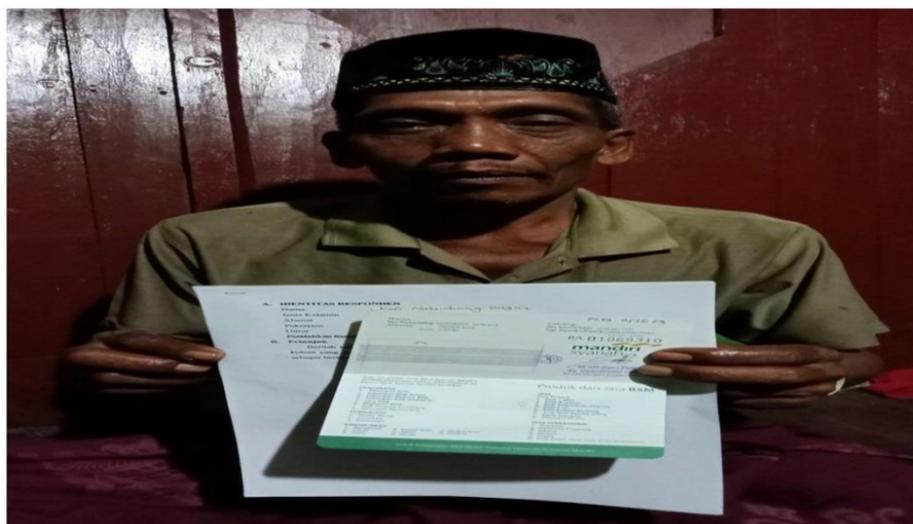
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	205.029	3	68.343	43.512	.000 ^b
	Residual	40.838	26	1.571		
	Total	245.867	29			

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

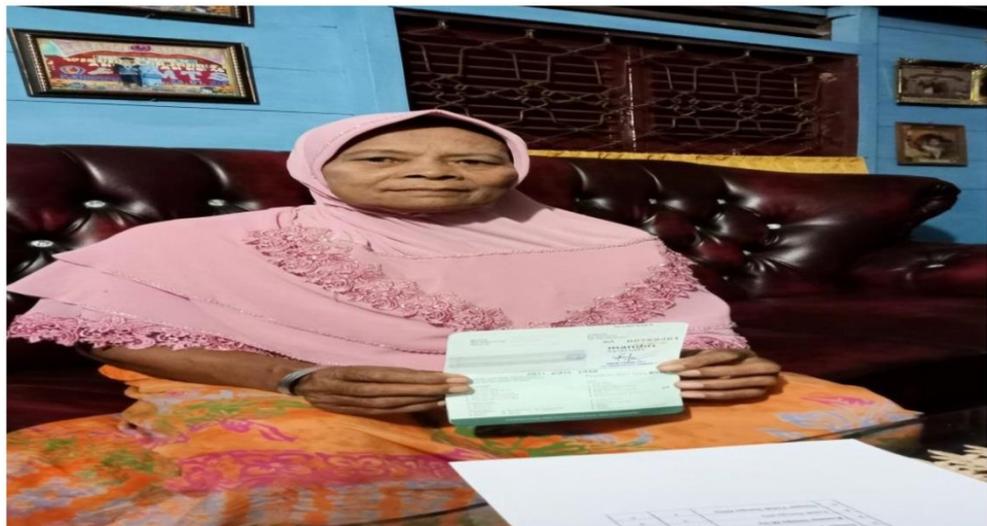
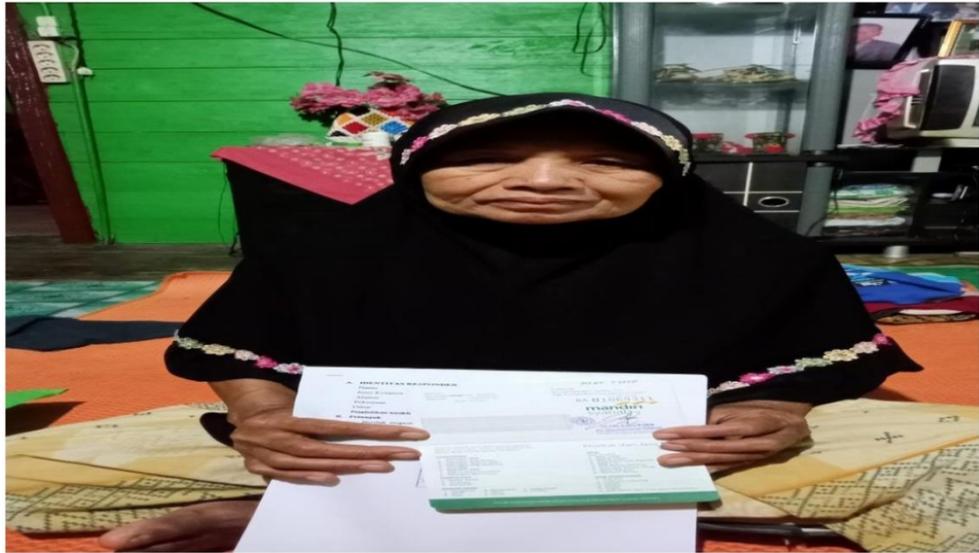
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	6.702	2.471		
LK	.760	.081	.881	9.369	.000
PL	.088	.095	.089	.928	.362
PM	-.113	.078	-.122	-1.458	.157

**Gambar Nasabah Bank Syariah di desa Nagasaribu
Kec. Padang Bolak Tenggara**











**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

lomor : 917 /ln.14/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2021
ampiran :
lal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

14 April 2021

th. Ibu:
Windari : Pembimbing I
Zulaika Matondang : Pembimbing II

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

Nama : Nurhanifah Siregar
NIM : 1740100253
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Determinan Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Desa Nagasaribu Kecamatan Padang Bolak Tenggara.

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan 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

Nomor : 1494 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/06/2021
Hal : Mohon Izin Riset

29 Juni 2021

Yth. Kepala Desa Nagasaribu Kecamatan Padang Bolak Tenggara

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

Nama : Nurhanifah Siregar
NIM : 1740100253
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: "Determinan Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Desa Nagasaribu Kecamatan Padang Bolak Tenggara".

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

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAH KABUPATEN PADANG LAWAS UTARA
KECAMATAN PADANG BOLAK TENGGARA
DESA NAGASARIBU

Kode pos: 22753

Nagasaribu, 16 Juli 2021

Nomor : 106/16/SR/2021 Kepada Yth,
Lampiran : sdr. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Perihal : Surat riset Islam IAIN Padangsidempuan
di-

PADANGSIDIMPUAN

Menindak lanjuti surat saudara Nomor 1494/In. 14/G.1/G.4c/TL.00/06/2021 perihal rekomendasi data atas nama **NURHANIFAH SIREGAR** di Kec. Padang Bolak Tenggara dengan judul skripsi determinana Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Desa Nagasaribu Kec. Padang Bolak Tenggara.

Berkenaan dengan hal tersebut, maka dengan ini kami menyetujui riset tersebut kepada :

Nama : **NURHANIFAH SIREGAR**
Nim : 17 401 00253
Semester : VIII (delapan)
urusan : Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian surat persetujuan ini kami perbuat untuk dapat dipenuhi .

Secretaris Desa Nagasaribu
Kec. Padang Bolak Tenggara

MASNIAM TANJUNG