



**DETERMINAN PENINGKATAN JUMLAH NASABAH  
DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :**

**MANNA IDA SIREGAR  
NIM. 17 401 00203**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2021**





**DETERMINAN PENINGKATAN JUMLAH NASABAH  
DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

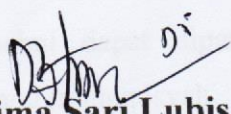
*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam  
Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**Oleh**

**MANNA IDA SIREGAR**

**NIM. 17 401 00203**

**PEMBIMBING I**

  
**Delima Sari Lubis, M.A**  
**NIP. 198405122014032002**

**PEMBIMBING II**

  
**Aliman Syahuri Zein, M.E.I**  
**NIDN. 2028048201**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2021**





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

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang. Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **MANNA IDA SIREGAR**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, November 2021  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikumWr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **MANNA IDA SIREGAR** yang berjudul "**Determinan Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

*Wassalamu'alaikumWr.Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Delima Sari Lubis, M.A**  
**NIP: 198405122014032002**

**PEMBIMBING II**

**Aliman Syahuri Zein, M.E.I**  
**NIDN: 2028048201**



## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **MANNA IDA SIREGAR**  
NIM : 17 401 00203  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Determinan Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum pada pasal 19 ayat ke 4 kode etik mahasiswa IAIN Padangsidempuan pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 25 November 2021

Dibuat Pernyataan



**MANNA IDA SIREGAR**  
**NIM. 17 401 00203**



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MANNA IDA SIREGAR

NIM : 17 401 00203

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 Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”**.

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Padangsidempuan  
Pada tanggal: 4 November 2021  
Yang menyatakan,



**MANNA IDA SIREGAR**  
**NIM. 17 401 00203**





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

Jalan. H.Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Nama** : MANNA IDA SIREGAR  
**NIM** : 17 401 00203  
**Fakultas/Prodi** : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah  
**Judul Skripsi** : Determinan Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut  
Cabang Syariah Padangsidimpuan.

**Ketua**

**Delima Sari Lubis, M.A**  
NIP. 19840513 201403 2 002

**Sekretaris**

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

**Anggota**

**Delima Sari Lubis, M.A**  
NIP. 19840513 201403 2 002

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

**Muhammad Isa, ST., M.M**  
NIP. 19800605 201101 1 003

**Aliman Syahuri Zein, M.E.I**  
NIDN. 2028048201

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Senin/ 13 Desember 2021  
**Pukul** : 09.00 WIB s/d 12.00 WIB  
**Hasil/Nilai** : LULUS/ 71 (B)  
**Indeks Prestasi Kumulatif** : 3,79  
**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

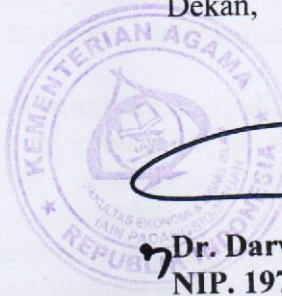
**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN PENINGKATAN JUMLAH NASABAH DI PT.  
BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN.**

**NAMA : MANNA IDA SIREGAR  
NIM : 17 401 00203**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas  
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, Desember 2021  
Dekan,



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

## **BSTRAK**

**Nama** : Manna Ida Siregar  
**NIM** : 17 401 00203  
**Judul Skripsi** : **Determinan Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.**

Perkembangan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan selalu mengalami peningkatan pertumbuhan, akan tetapi peningkatan pertumbuhannya tidak begitu signifikan setiap tahunnya. Hal ini dapat diketahui pada tahun 2016 jumlah nasabahnya sebesar 18.319 orang, kemudian pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 12,5%, pada tahun 2018 juga mengalami kenaikan sebesar 11,9%, kemudian tahun berikutnya juga pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 9,7% dan pada tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 6,3%. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi dan lokasi terhadap peningkatan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan pengertian nasabah, cara mengukur tingkat kepuasan nasabah, pengertian pelayanan, tujuan pelayanan, faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan, pengertian promosi, tujuan promosi, target promosi, sarana promosi, pengertian lokasi dan jenis-jenis kantor bank.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) serta analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan menggunakan program SPSS versi 23 diperoleh bahwa variabel pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan jumlah nasabah. Variabel promosi berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan jumlah nasabah. Variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan jumlah nasabah. Sedangkan hasil uji f menunjukkan bahwa variabel pelayanan, promosi dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

**Kata Kunci** : **Pelayanan, Promosi, Lokasi, Nasabah.**



## KATA PENGANTAR



*Assalaamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah serta inayahNya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Determinan Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., selaku Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, 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 Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan ibu Hamni Fadlillah Nasution, M. Pd., selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Ibu Delima Sari Lubis, M.A selaku Pembimbing I dan Bapak Aliman Syahuri Zein, M.E.I selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Delima Sari Lubis, M.A selaku validator peneliti yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti.
6. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan



fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Teristimewa kepada kedua orang tua peneliti, Ayahanda Kalamuddin Siregar, dan Ibunda tercinta Henni Rubida Aritonang yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu di panjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga firdaus-Nya. Tak lupa pula juga kepada adik-adik saya yang dimana mereka selalu memberi semangat kepada peneliti dalam menyusun skripsi.
9. Terkhusus, kepada Bapak Eka Herry Asmadhi, selaku pimpinan cabang PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan serta seluruh pegawainya yang telah banyak membantu peneliti untuk merampungkan penelitian.
10. Terkhusus sahabat peneliti Maya Adelina Siregar, Ummi Kalsum Nasution, Nurhafipah Pasaribu, Suci Diastian Cantika Panjaitan, Irna Lisniawati, Nepri Marito yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini, serta rekan-rekan Perbankan Syariah (PS-6), Mahasiswi Magang Desa Salambue Angkatan 2017



dan seluruh mahasiswa/i angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

11. 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.

Disini peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Padangsidempuan, November 2021

Peneliti

**MANNA IDA SIREGAR**  
**NIM. 17 401 00203**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El






م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..?..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

### c. Maddah

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

Harkat dan	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------	------	-----------------	------

Huruf			
ا.....ى	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
ى.....ى	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di bawah
و.....و	<i>ḍommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

### 3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

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

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

### 4. *Syaddah (Tsaydid)*

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

### 5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:



ا. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

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

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

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

## 6. *Hamzah*

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

## 7. **Penulisan Kata**

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

## **8. Huruf Kapital**

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

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

## **9. Tajwid**

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

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



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
HALAMAN PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Batasan Masalah .....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Definisi Operasional Variabel.....	10
F. Tujuan Penelitian .....	11
G. Kegunaan Penelitian .....	11
H. Sistematika Pembahasan .....	12

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori .....	15
1. Pengertian Nasabah.....	15
a. Pengertian Nasabah.....	15
b. Cara Mengukur Kepuasan Nasabah.....	17
2. Pelayanan .....	18
a. Pengertian Pelayanan .....	18
b. Tujuan Pelayanan.....	20
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan.....	20
3. Promosi.....	22
a. Pengertian Promosi .....	22
b. Tujuan Promosi.....	23
c. Target Promosi.....	23
d. Sarana Promosi .....	24
4. Lokasi.....	29
a. Pengertian Lokasi Bank .....	29
b. Jenis-Jenis Kantor Bank.....	30
B. Penelitian Terdahulu.....	37
C. Kerangka Pikir .....	40
D. Hipotesis Penelitian .....	41

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

<b>A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>43</b>
<b>B. Jenis Penelitian .....</b>	<b>43</b>
<b>C. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>44</b>
1. Populasi .....	44
2. Sampel .....	44
<b>D. Sumber Data .....</b>	<b>45</b>
<b>E. Instrumen Pengumpulan Data .....</b>	<b>46</b>
1. Kuesioner (Angket) .....	46
2. Wawancara .....	48
3. Dokumentasi .....	48
<b>F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>48</b>
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	49
<b>G. Analisis Data .....</b>	<b>50</b>
1. Uji Asumsi Dasar .....	50
a. Uji Normalitas.....	50
b. Uji Linearitas .....	51
2. Uji Asumsi Klasik .....	51
a. Uji Multikolinearitas.....	51
b. Uji Heteroskedastisitas .....	52
3. Uji Hipotesis .....	52
a. Uji Koefisien Secara Parsial (Uji-t) .....	52
b. Uji Simultan (Uji-f) .....	53
c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
4. Uji Analisis Regresi Berganda .....	54

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

<b>A. Gambaran Umum Bank Sumut Cabang Syariah</b>	
<b>Padangsidempuan .....</b>	<b>56</b>
1. Sejarah Berdiri Bank Sumut Syariah.....	56
2. Visi dan Misi Bank Sumut Syariah .....	58
3. Struktur Organisasi .....	60
<b>B. Hasil Penelitian.....</b>	<b>61</b>
Hasil Uji Validitas.....	61
c. Hasil Uji Reliabilitas .....	63
d. Hasil Uji Normalitas.....	64
e. Hasil uji Linearitas .....	65
f. Hasil uji Multikolinearitas.....	67
g. Hasil Heteroskedastisitas .....	68
h. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	69
i. Hasil Uji Simultan (Uji f).....	70
j. Hasil Uji Koefisien Determinasi $R_2$ .....	71
k. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	72

<b>C. Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	<b>74</b>
<b>D. Keterbatasan Penelitian</b> .....	<b>76</b>
<b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>A. Kesimpulan</b> .....	<b>78</b>
<b>B. Saran</b> .....	<b>79</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data perkembangan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan .....	2
Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel .....	10
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel III.1 Pengukuran Skala Ordinal .....	47
Tabel III.2 Kisi-Kisi Kuesioner.....	47
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	61
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Promosi ( $X_2$ ) .....	62
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Lokasi( $X_3$ ) .....	62
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Peingkatan Jumlah Nasabah (Y) .....	63
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel IV.6 Hasil Uji Normalitas .....	64
Tabel IV.7 Hasil Uji Linearitas Peningkatan Jumlah Nasabah Terhadap Pelayanan .....	65
Tabel IV.8 Hasil Uji Linearitas Peningkatan Jumlah Nasabah Terhadap Promosi .....	66
Tabel IV.9 Hasil Uji Linearitas Peningkatan Jumlah Nasabah Terhadap Lokasi .....	66
Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	67
Tabel IV.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68
Tabel IV. 12 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	69
Tabel IV.13 Hasil uji Simultan (Uji f) .....	61
Tabel IV.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R_2$ ) .....	72
Tabel IV.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	72

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.1 Kerangka Pikir .....	41
Gambar IV. 1 Makna Logo PT Bank Sumut Syariah .....	59
Gambar IV.2 Struktur Organisasi .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Lembar Validasi Angket
Lampiran 2	: Angket Penelitian
Lampiran 3	: Tabulasi Angket
Lampiran 4	: Tabel Hasil Uji Validitas
Lampiran 5	: Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 6	: Hasil Uji Normalitas
Lampiran 7	: Hasil Uji Lineritas
Lampiran 8	: Hasil Uji Multikolinearitas
Lampiran 9	: Hasil Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 10	: Hasil Uji Parsial (Uji t)
Lampiran 11	: Hasil Uji Simultan (Uji f)
Lampiran 12	: Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R_2$ )
Lampiran 13	: Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Lampiran 14	: Dokumentasi



## **BAB I PENDAHULUAN**

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

Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan dalam kegiatannya tidak menerapkan sistem bunga dan tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan pada nasabah tergantung dari akad perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak bank. Perjanjian akad yang terdapat diperbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana yang diatur dalam syariat Islam.<sup>1</sup>

Salah satunya, bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yaitu PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Dalam menjalankan kegiatan usahanya dan memperkenalkan produk/jasa yang ditawarkan kepada masyarakat maka PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan melakukan berbagai cara untuk menarik calon nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama yang bertujuan agar jumlah nasabahnya selalu mengalami peningkatan.

Berdasarkan informasi yang peneliti peroleh melalui konfirmasi dengan salah satu karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, bahwa pada setiap tahunnya jumlah nasabah yang ada

---

<sup>1</sup> Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah* (Suarabaya: Qiara Media, 2019), hlm.26.

di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan selalu mengalami peningkatan setiap tahun dan dapat dilihat pada tabel dibawah berikut.

**Tabel I.1**  
**Perkembangan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut Syariah**  
**Cabang Padangsidimpuan**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2016	18.319 nasabah
2.	2017	20.602 nasabah
3.	2018	23.048 nasabah
4.	2019	25.284 nasabah
5.	2020	26.875 nasabah

Sumber: PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan

Berdasarkan tabel I.I diatas dapat dilihat bahwa jumlah nasabahnya terus mengalami peningkatan pertumbuhan setiap tahunnya, meskipun peningkatan pertumbuhannya tidak begitu signifikan setiap tahunnya. Hal ini dapat diketahui pada tahun 2016 jumlah nasabahnya sebesar 18.319 orang, kemudian pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 12,5%, pada tahun 2018 juga mengalami kenaikan sebesar 11,9%, kemudian tahun berikutnya pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 9,7% dan pada tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 6,3%.

Fenomena inilah yang menjadi daya tarik penulis untuk mengetahui adanya faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. Adapun faktor-faktor tersebut ialah faktor pelayanan, promosi dan lokasi.

Pelayanan adalah kemampuan perusahaan dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik kepada calon nasabah dan pelanggan sesuai

kebutuhan yang diinginkan.<sup>2</sup> Menurut Abdullah Munir, pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan adalah faktor penting yang perlu diperhatikan keutamaannya oleh lembaga atau institusi yang bergerak dibidang sektor publik.<sup>3</sup>

Pelayanan merupakan faktor penting dan menjadi langkah awal dalam menarik perhatian nasabah dan calon nasabah dengan tujuan nasabah dan calon nasabah mau melakukan transaksi dan menggunakan produk yang ada dibank tersebut. Karena jika pelayanan yang diberikan dan dilakukan secara efisien kepada nasabah dan calon nasabah maka akan dapat meningkatkan jumlah nasabah meningkat karena nasabah dan calon nasabah merasa puas atas pelayanan yg diberikan kepadanya.

Begitu juga sebaliknya jika pelayanan yang diberikan dan dijalankan kepada nasabah tidak efisien maka akan dapat menimbulkan menurunnya jumlah nasabah dikarenakan nasabah dan calon nasabah tidak merasa puas atas pelayanan yang diberikan kepadanya. Pelayanan yang diberikan dan dilakukan oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sudah dilakukan secara efisien kepada nasabah dan calon nasabahnya. Hal ini dapat diketahui dengan hasil wawancara salah satu nasabah PT. Bank Sumut Cabang Sayriah Padangsidempuan yaitu

---

<sup>2</sup>Kasmir, *Etika Coutomer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2104), hlm.65.

<sup>3</sup> Nashar, *Kualitas Pelayanan Akan Men ingkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Barat Bangkes: Duta Media Publisihng, 2020), hlm.11.



dengan Siti Zulaikha Lubis mengatakan bahwa pelayanan yang dilakukan dan diberikan oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan kepadanya sudah efisien dan merasa puas atas pelayanan yang diberikan kepadanya.<sup>4</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Aliman Syahuri Zein dalam jurnalnya mengatakan bahwa” faktor perilaku nasabah, religiusitas, bagi hasil, pelayanan, dan produk berpengaruh terhadap nasabah dalam memilih bank syariah”.<sup>5</sup>

Selain alternatif pelayanan, masih adalagi alternatif yang digunakan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya yaitu alternatif promosi. Promosi adalah sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan dan kebutuhannya.<sup>6</sup> Promosi adalah mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek atau brand.<sup>7</sup>

Menurut Boone dan Kurtz promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian.<sup>8</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan atau menginformasikan manfaat dari sebuah produk

---

<sup>4</sup> Siti Zulaikha, Wawancara di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan, 20 Juni 2021, Pukul.10.30 Wib.

<sup>5</sup> Aliman Syahuri Zein, “Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kabupaten Mandailing Natal,” *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* Volume 4, no. 2 (2018): hlm.233.

<sup>6</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communicarion* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 177.

<sup>7</sup> Windu Mahmud dan Wakhid Basori, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019), hlm.134.

<sup>8</sup> Sumiyati dan Suwartini, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019), hlm.174.

dan jasa kepada konsumen untuk mendorong dan membujuk konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan tersebut.

Hasil wawancara yang peneliti peroleh dari salah satu karyawan PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan menyatakan bahwa promosi yang dilakukan oleh pihak bank dalam menarik minat dan meningkatkan jumlah nasabahnya adalah melalui pembagian brosur kepada nasabah, spanduk, dan terjun langsung kelapangan yang dilakukan oleh bagian pemasaran.<sup>9</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Jasmani dalam jurnalnya mengatakan bahwa “Faktor promosi dan pengembangan produk berpengaruh positif terhadap peningkatan hasil penjualan di PT. Studi Baja Perkasa Jakarta”.<sup>10</sup> Akan tetapi hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budi Gautama Siregar dalam jurnalnya mengatakan bahwa “faktor promosi secara parsial tidak berpengaruh dalam peningkatan jumlah nasabah pada produk *giro wadi’ah*”.<sup>11</sup>

Menurut hasil wawancara dari Welly Irma yaitu salah satu nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan mengatakan bahwa promosi yang dilakukan pihak bank tersebut sangat bagus dan mudah didapatkan informasi tentang produk-produk yang ada di bank tersebut

---

<sup>9</sup> Nona Soraya, Wawancara di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, 21 Mei 2021.

<sup>10</sup> Jasmani, “Pengaruh Promosi Dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan Di PT. Baja Perkasa Jakarta,” *Jurnal Ilmiah Semarak* 1, no. 3 (2018): hlm.156.

<sup>11</sup> Budi Gautama Siregar, “Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi’ah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan,” *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman* 2, no. 2 (2016): hlm.32.

sehingga saudari Welli Irma tertarik untuk menjadi nasabah bank tersebut.<sup>12</sup>

Selain alternatif pelayanan dan promosi, faktor lokasi juga adalah salah satu alternatif yang digunakan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya. Adapun yang dimaksud dengan lokasi bank itu sendiri adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan.<sup>13</sup>

Menurut Lupiyoadi lokasi bank adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas dalam melakukan operasi perusahaannya.<sup>14</sup> Letak lokasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sangat strategis. Karena lokasi banknya berada ditengah pusat keramaian, dekat dengan pusat perbelanjaan dan tepatnya berada ditengah pusat perkotaan Padangsidempuan. Dengan banyaknya bisnis perbankan di kota Padangsidempuan dan letak lokasi banknya juga semua sangat starategis berada di tengah-tengah pusat perkotaan.

Bagi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan tidak menjadi masalah dalam meningkatkan jumlah nasabahnya. Karena PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan mampu bersaing dengan

---

<sup>12</sup> Welli Irma, Wawancara di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan, 22 Juli 2021, Pukul 14.15 Wib.

<sup>13</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.144.

<sup>14</sup> Erik Rif'ad Hendra Putra dan Ade Sofyan Mulazid, "Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung di PT. Panin Dubai Syariah Bank," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2018): hlm.2.

bank-bank pesaing lainnya yang ada di kota Padangsidempuan. Karena jumlah nasabahnya selalu mengalami peningkatan setiap tahun.

Penelitian yang dilakukan oleh Afrian Rachmawati dalam jurnalnya mengatakan bahwa “lokasi bank sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah menjadi nasabah bank syariah”.<sup>15</sup> Hasil wawancara dari Gilang Ramadhan Batubara yaitu nasabah PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan mengatakan bahwa lokasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sangat strategis dan mudah untuk dijangkau oleh para nasabahnya. Selain itu, lokasi bank nya juga memberikan fasilitas yang baik dan bagus untuk para nasabahnya.<sup>16</sup>

Pemilihan lokasi bank salah satu faktor yang penting karena apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Hubungan faktor lokasi dengan peningkatan jumlah nasabah juga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh pihak perbankan. Lokasi bank yang tidak strategis akan menyulitkan kepada nasabah dan dapat mengurangi minat nasabah dalam berhubungan dengan bank.

Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah sangat perlu sekali diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap berjalannya lembaga tersebut. PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan juga dituntut untuk menjaga hubungan

---

<sup>15</sup> Afrian Rachmawati, “Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah,” *Jurnal Liquidity* Volume 8, no 2 (2019): hlm.120.

<sup>16</sup> Gilang Ramadhan, Wawancara di Batunadua Padangsidempuan, 22 Juni 2021, Pukul 15.11 Wib.

baik dan harmonis kepada para nasabahnya. Karena apabila hal tersebut tidak dilakukan dengan baik maka bukan tidak mungkin lagi para nasabah akan berpindah ke bank yang lain.

Dari Uraian-uraian yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti berkeinginan meneliti faktor-faktor tersebut yang diduga dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah. Sehingga peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Determinan Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang akan diteliti, yakni:

1. Perkembangan jumlah nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan selalu mengalami peningkatan pertumbuhan setiap tahun, walaupun peningkatan pertumbuhannya tidak begitu signifikan setiap tahunnya.
2. Adanya faktor yang mempengaruhi nasabah dan calon nasabah sehingga selalu mengalami peningkatan terhadap pertumbuhan jumlah nasabahnya setiap tahun walaupun peningkatannya tidak begitu signifikan setiap tahun.
3. Pelayanan yang efisien dan tidak efisien akan mempengaruhi nasabah dan calon nasabah dalam melakukan transaksi dari waktu ke waktu.
4. Letak lokasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sangat strategis harus mampu bersaing dengan Bank-Bank lainnya



yang ada di Kota Padangsidempuan karena letak lokasi Banknya juga semua sangat strategis.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas, maka peneliti harus melakukan pembatasan agar pembahasan dapat lebih akurat dan tidak meluas. Selain itu keterbatasan waktu, ilmu, dan dana yang dimiliki oleh peneliti juga menjadi salah satu aspeknya. Maka dalam hal ini peneliti hanya membatasi pada faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah yaitu: pelayanan, promosi dan lokasi yang dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidmpuan?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidmpuan?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?
4. Apakah ada pengaruh pelayanan, promosi dan lokasi secara bersamaan terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan?

## E. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap definisi yang digunakan dalam penelitian ini, maka dibuat definisi operasional variabel sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

NO	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangible</i></li> <li>2. <i>Emphaty</i></li> <li>3. <i>Responsiveness</i> (cepat tanggap)</li> <li>4. <i>Reliablytily</i> (keandalan)</li> <li>5. <i>Assurance</i> (kepastian)</li> </ol>	Ordinal
2	Promosi (X <sub>2</sub> )	Merupakan kegiatan untuk mempromosikan produk dan jasa perbankan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan</li> <li>2. <i>Personal Selling</i></li> <li>3. Promosi penjualan</li> <li>4. Publisitas</li> </ol>	Ordinal
3	Lokasi (X <sub>3</sub> )	Lokasi adalah tempat dimana diperjual belikannya produk bank dan pusat pengendalian perbankan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Starategis</li> <li>2. Terjangkau</li> <li>3. <i>Lay Out</i> ruangan</li> <li>4. Kelengkapan Fasilitas</li> </ol>	Ordinal
4	Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)	Persentase perubahan jumlah nasabah yang dipengaruhi oleh keinginan dan keputusan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan produk</li> <li>2. Kenyamanan transaksi</li> <li>3. Informasi yang disampaikan teman/saudara</li> </ol>	Ordinal

		nasabah dalam menggunakan produk perbankan.		
--	--	---	--	--

## **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui lokasi terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

## **G. Kegunaan Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti: Sebagai media pengembangan wawasan dan ilmu pengetahuan dalam dunia perbankan syariah khususnya mengenai determinan peningkatan jumlah nasabah.
2. Bagi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan: Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas

produk-produk yang ada di dalamnya, terutama pada peningkatan jumlah nasabah.

3. Bagi Instansi dan Mahasiswa: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan atau referensi untuk adik-adik yang ingin melakukan penelitian yang sama.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini, peneliti membaginya ke dalam beberapa bagian, diantaranya:

**Bab I Pendahuluan**, di dalam bab pertama ini membahas latar belakang masalah yang diteliti, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan. Secara umum seluruh sub bahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatarbelakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul tersebut akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah. Batasan masalah yang telah ditentukan akan membahas mengenai definisi operasional variabel penelitian. Kemudian masalah dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian yang nantinya akan berguna bagi peneliti, perusahaan, perguruan tinggi dan mahasiswa.

**Bab II Landasan Teori**, di dalam bab ini berisi teori-teori yang mendukung penelitian, penelitian terdahulu yang akan menguatkan penelitian, kerangka pikir serta hipotesis. Secara umum seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori berkaitan dengan teori-teori yang

berkaitan dengan pembahasan penelitian. Setelah itu penelitian akan dibandingkan dengan penelitian terdahulu dan membuat persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Selanjutnya teori yang ada dijelaskan dalam bentuk kerangka pikir untuk mempermudah pembaca memahami tujuan dalam penelitian ini. Terakhir teori-teori yang ada diuraikan untuk menjelaskan jawaban sementara yang akan diuji kebenarannya melalui hasil analisis data.

**Bab III Metode Penelitian**, di dalam bab ini berisi lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data. Secara umum seluruh sub bahasan dalam bab ini membahas tentang lokasi dan waktu penelitian serta jenis penelitian. Setelah itu data akan dikumpulkan guna memperlancar penelitian. Setelah terkumpul langkah selanjutnya melakukan analisis data sesuai dengan berbagai perhitungan.

**Bab IV Hasil Penelitian**, didalamnya memuat tentang deskripsi data penelitian, hasil analisis data dan pembahasan penelitian. Secara umum seluruh sub bab bahasan ini membahas tentang hasil penelitian. Mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik analisis data yang sudah dicantumkan.

**Bab V Penutup**, didalamnya memuat tentang kesimpulan dan saran. Secara umum seluruh sub bab bahasan ini membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian setelah melakukan analisis data.



Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari hasil penelitian.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **I. Kerangka Teori**

##### **a. Pengertian Nasabah**

###### **a. Pengertian Nasabah**

Nasabah sangat berpengaruh dalam kelanjutan hidup suatu bank. Oleh karena itu, bank harus dapat menarik, memperoleh, mempertahankan nasabah sebanyak-banyaknya sehingga bank dapat menghimpun dana yang banyak dalam bentuk simpanan berupa Tabungan, Giro, Deposito, dan dapat dikembangkan sedemikian rupa sehingga nantinya dana tersebut dapat disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank dalam bentuk pinjaman berupa kredit.

Defenisi dari nasabah itu sendiri adalah pihak (individu atau lembaga) yang menggunakan jasa-jasa perbankan baik itu berupa nasabah pembiayaan, pendanaan dan sebagainya (dalam hal keuangan).<sup>17</sup> Nasabah juga dapat didefenisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa terhubung dan menjadi pelanggan bank.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Sigit Sapto Nugroho dan Yuni Purwati, *Hukum Perbankan Mengenal Prudent Banking Principle* (Jakarta: Lakeisha, 2019), hlm.15.

<sup>18</sup> Mirwan, "Sistem Pelayanan Bank Konvensional dan Bank Syariah," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Sosial* 3, no. 1 (2018): hlm.107.

Dalam praktiknya nasabah dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu sebagai berikut:

(1) Nasabah Baru

Nasabah baru adalah nasabah yang jenisnya baru pertama kali sicalon nasabah datang ke perusahaan tersebut, yang kedatangannya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika kedatangannya pertama kali hanya untuk memperoleh informasi namun karena sikap dan sopan santun kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi.

(2) Nasabah Biasa

Nasabah biasa adalah nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan perusahaan namun tidak sering. Jadi kedatangannya keperusahaan sudah jelas untuk melakukan transaksi. Hanya saja frekuensi melakukan transaksi dan kedatangannya tidak terlalu sering.

(3) Nasabah Utama

Nasabah utama adalah nasabah yang sudah sering melakukan transaksi dengan perusahaan, pelanggan atau nasabah primer ini selalu menjadikan kita nomor satu dalam bertransaksi. Pelanggan ini tidak lagi diragukan loyalitasnya dan sikap kita

terhadap mereka harus selalu mencerminkan sikap yang baik.<sup>19</sup>

b. Cara Mengukur Kepuasan Nasabah

Ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu:

(1) Sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*)

Perusahaan meminta keluhan dan saran dari pelanggan dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa, *costumer hot line*, komentar, kotak saran maupun berbagai sarana keluhan lainnya.

(2) Survey kepuasan nasabah (*costumer satisfaction surveys*)

Perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan, diharapkan dari survey ini didapatkan umpan balik yang positif dari konsumen. Survey ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi atau pelanggan dimintai mengisi angket.

(3) Pembeli bayangan (*ghost shopping*)

Pembeli bayangan ini akan memberikan laporan keunggulan dan kelemahan petugas pelayan yang melayaninya.

(4) Analisa nasabah yang lari (*lost costumer analysys*)

Analisa nasabah yang lari harus dihubungi, kemudian diminta alasan untuk mengungkapkan mengapa mereka

---

<sup>19</sup> Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2104), hlm. 68.

berhenti dan pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat di atasi.

## 2. Pelayanan

### a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.<sup>20</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan secara umum pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan atas sesuatu dan produksinya atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.<sup>21</sup>

Menurut Malayu S.P Hasibuan pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandun: Alfabeta, 2012), HLM.211.

<sup>21</sup> Muh Nur Eli Ibrahim, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga* (Yogyakarta: Andi Anggota IKAPI, 2021), hlm.3.

<sup>22</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm.152.



Adapun dijelaskan dalam Al-Qur'an tentang pelayanan yaitu terdapat pada surah Al-Isra ayat 84 yang bunyinya:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya:

“Katakanlah; Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya”. (QS. Al-Isra: 84).<sup>23</sup>

Adapun tafsir dari ayat di atas menurut M Quraish Shihab yaitu:

“Ayat ini menunjukkan bahwa setiap manusia memiliki kecenderungan, potensi, dan pembawaan yang menjadi pendorong aktivitasnya. Masing-masing manusia melakukan apa yang di anggapnya baik, Allah dan Rasul-nya tidak akan memaksa, paling mengingatkan bahwa yang Maha kuasa itu lebih mengetahui siapa yang berbuat baik siapa pula yang sesat, dan berdasar pengetahuan-Nya yang terbukti dalam kenyataan itulah Dia memberi bagi masing-masing balasan dan ganjaran yang sesuai.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Departemen Agama Republik, *Al- Qur'an dan Terjemahan* (Surakarta: CV Al-Hanan, 2009), hlm.290.

<sup>24</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir AL-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Penerbit Lentera Hati, 2012), hlm.179.

## b. Tujuan Pelayanan

1. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah.
2. Menjaga kerahasiaan keuangan nasabah.
3. Memberikan informasi yang akurat dan objektif apabila diminta oleh nasabah yang bersangkutan.
4. Menjaga dan memelihara koresponden bank di antara sesama bank dan menyalurkan kredit secara efektif kepada calon debitur.
5. Memberikan kenyamanan bertransaksi kepada seluruh nasabah dan calon nasabah dengan tujuan supaya menjadi nasabah tetap.
6. Menyalurkan kredit sesuai dengan undang-undang perbankan.<sup>25</sup>

### a. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pelayanan

#### 1) *Tangible* (Berwujud)

*Tangible* (Berwujud) merupakan jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Misalkan desain dan *lay out* gedung bank syariah yang modern dan terata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu teknologi

---

<sup>25</sup> Nashar, *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Barat Bangkes: Duta Media Publisihng, 2020), hlm.22.

yang digunakan oleh bank menjadi pertimbangan nasabah dalam menentukan kualitas jasa perbankan yang dinikmati.

2) *Emphaty*

*Emphaty* merupakan kesedian karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas (*top management*) sampai dengan level terbawah (staf) harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

3) *Responsive* (cepat tanggap)

*Responsive* (cepat tanggap) merupakan kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan konsumen.

4) *Realibity* (Keadaan)

*Realibity* (Keadaan) ialah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen.

### 5) Assurance (Kepastian)

*Assurance* (Kepastian) berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Karyawan harus mampu menunjukkan kepada konsumen bahwasanya perusahaan mampu merealisasikan setiap janji telah yang ditawarkan kepada konsumen.<sup>26</sup>

## 3. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu barang, jasa, merek perusahaan kepada masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut.<sup>27</sup>

Menurut Kotler promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar dengan menggunakan komposisi bauran promosi ”*promotion mix*”. Jadi promosi merupakan fungsi pemberitahuan, pembujukan dan pengimbasan keputusan pembelian konsumen.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm.197-198.

<sup>27</sup> Nur Eli Ibrahim, *Akuntansi dan Keuangan Lembaga* (Yogyakarta: Andi Anggota IKAPI, 2021), hlm.65.

<sup>28</sup> Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran (Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasarn)* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hlm.141.

#### b. Tujuan Promosi

Ada beberapa tujuan mengapa sebuah lembaga atau perusahaan perlu melakukan promosi yaitu:

- 1) Karena ada banyak hal mengenai perusahaan yang sebaiknya diketahui oleh pihak luar.
- 2) Ingin meningkatkan penjualan.
- 3) Ingin agar perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang baik/*bonafide*.
- 4) Ingin memperkenalkan segi kelebihan perusahaan/ produk jasa kepada pesaing.

Secara garis besar tujuan promosi dapat dibagi dua yaitu tujuan jangka panjang (misalnya: membangun nama baik perusahaan, menciptakan reputasi tinggi dari suatu produk), dan tujuan jangka pendek (misalnya: menaikkan penjualan, mengumumkan lokasi agen, mengumumkan perubahan atau penyempurnaan produk.<sup>29</sup>

#### c. Target Promosi

- 1) Pemakai dan calon pemakai.
- 2) Si pembawa pengaruh.
- 3) Penyalur.
- 4) Masyarakat luas.

---

<sup>29</sup> M. Mursyid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: bekerja sama dengan Pusat Antar Universitas-Studi Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), hlm.95.

5) Pemerintah.<sup>30</sup>

d. Sarana Promosi

Dalam kegiatannya ada empat sarana promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan supaya produk-produk yang ditawarkan lebih banyak diketahui masyarakat luas. Adapun sarana promosinya yaitu sebagai berikut:

1) Periklanan (*Adversting*)

Iklan adalah promosi yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan. Salah satunya bank juga melakukan promosi guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan kepada masyarakat luas yaitu informasi nama produk, manfaat produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan dengan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing.

Langkah-langkah dalam periklanan yang efektif dan efisien sebagai berikut:

- a) Identifikasi pasar sasaran yang akan dituju serta motif pembeli atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
- b) Menentukan misi.
- c) Menetapkan anggaran periklanan (*Money*).

---

<sup>30</sup> Mursyid, hlm.96.

- d) Merancang, menyusun serta menetapkan pesan yang akan disampaikan kepada pasar sasaran (*Message*).
- e) Menetapkan media yang harus digunakan yang sesuai dengan pasar sasaran yang dituju oleh perusahaan (*Media*).
- f) Melakukan evaluasi terhadap hasil yang dicapai dari pemasangan suatu iklan.

## 2) Tujuan Iklan

Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank yang dimiliki suatu bank. Untuk meningkatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan.

- a) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya Tarik dari para calon nasabah baru.
- b) Mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank mengiklankan.
- c) Membangun citra perusahaan untuk jangka panjang, baik untuk produk yang dihasilkan maupun nama perusahaan.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2018), hlm.158.

### 3) Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan Alternatif kedua sarana promosi. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

### 4) Manfaat Promosi Penjualan

Tiga Manfaat Promosi Penjualan sebagai berikut:

- a) Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik dan mempengaruhi perhatian nasabah untuk membeli.
- b) Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada nasabah untuk segera membeli produk yang ditawarkan.
- c) Invitasi mengharapkan nasabah segera merealisasikan pembelian produk perbankan.

### 5) Tahapan Promosi Penjualan

- a) Menentukan tujuan yang akan dicapai dari program promosi penjualan.
- b) Menyeleksi alat-alatnya atau apa yang akan ditawarkan dari program promosi penjualan tersebut.
- c) Menyusun program promosi penjualan yang sesuai.



- d) Melakukan pengujian pendahuluan atas program melaksanakan dan mengendalikan program.
- e) Mengevaluasi hasil dari program promosi penjualan.

6) *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

*Personal Selling* adalah kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya. Dengan kontak langsung diharapkan terjadi hubungan yang positif antara pengusaha dengan calon konsumennya. Termasuk dalam kategori *personal selling* adalah *door to door selling*, *mail order*, *telephone selling*, *direct selling*.

Penjualan *personal selling* akan memberikan beberapa keuntungan bank, sebagai berikut:

- a) Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.
- b) Dapat memproleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan. Termasuk informasi dari nasabah tentang bank yang lain.

- c) Petugas bank dapat langsung memengaruhi nasabah dengan berbagai argument yang kita miliki.
- d) Memungkinkan hubungan terjalin akrab antar bank dengan nasabah.<sup>32</sup>

## 7) Publisitas

Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan pameran, pembukaan stan promosi di pusat perbelanjaan, sponsorship kegiatan, program *Corporate Social Responsibility* (CSR), mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal seperti penggalangan dana untuk para korban bencana alam serta kegiatan lainnya.

Tujuan publisitas adalah agar nasabah dapat mengenal bank lebih dekat, dengan ikut kegiatan tersebut nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah.

Alat publisitas yang dapat digunakan yaitu:

### a) Hubungan *pers*

Hubungan *pers* adalah untuk memberikan informasi yang pantas untuk dimuat dalam surat kabar agar menarik perhatian public terhadap seseorang, produk atau jasa.

---

<sup>32</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm.208.

b) Publisitas produk

Mempublikasikan produk secara khusus dengan mengadakan penggelaran acara *launching* produk perbankan.

c) Komunikasi perusahaan

Mencakup komunikasi intern dan ekstern dalam menciptakan saling pengertian perusahaan.

d) *Lobbying*

*Lobbying* adalah kerjasama dengan ahli hukum dan pejabat pemerintah.<sup>33</sup>

#### **4. Lokasi Bank**

a. Pengertian Lokasi Bank

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bahkan yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

---

<sup>33</sup> Kasmir, hlm.209.

## b. Jenis-Jenis Kantor Bank

Dalam praktiknya jenis-jenis kantor bank terdiri dari:

### 1) Kantor Pusat

Kantor pusat merupakan kantor dimana semua kegiatan perencanaan sampai kepada pengawasan terdapat dikantor ini. Setiap bank memiliki satu kantor pusat dan kantor pusat tidak melakukan kegiatan operasional sebagaimana kantor bank lainnya akan tetapi mengendalikan jalannya kebijaksanaan kantor pusat terhadap cabang-cabangnya.

### 2) Kantor wilayah

Kantor wilayah adalah kantor yang membawahi beberapa cabang untuk beberapa wilayah. Tujuannya adalah untuk memudahkan koordinasi antar cabang dalam wilayah tersebut. Biasanya wilayah-wilayah dibentuk berdasarkan jarak atau cabang yang ada.

### 3) Kantor Cabang Penuh/Utama

Kantor cabang penuh merupakan salah satu kantor cabang yang memberikan jasa bank paling lengkap. Oleh karena itu semua kegiatan perbankan ada dikantor cabang penuh membawahi kantor cabang pembantu.

#### 4) Kantor Cabang Pembantu

Kantor cabang pembantu adalah kantor cabang yang berada dibawah kantor cabang penuh dan kegiatan jasa bank yang dilayani hanya sebagian dari kegiatan cabang penuh. Perubahan status dari cabang pembantu menjadi cabang penuh dimungkinkan apabila memang cabang tersebut sudah memenuhi kriteria sebagai cabang penuh dari pusat.

#### 5) Kantor Kas

Kantor kas adalah kantor bank yang paling kecil dimana kegiatannya hanya meliputi *teller* saja. Kantor kas hanya melakukan sebagian kecil dari kegiatan perbankan dan berada dibawah cabang pembantu atau cabang penuh.<sup>34</sup>

#### c. Pertimbangan Penentuan Lokasi

Adapun hal-hal yang yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Dekat dengan kawasan industry atau pabrik.
- 2) Dekat dengan perkantoran.
- 3) Dekat dengan pasar.
- 4) Dekat dengan perumahan atau masyarakat.
- 5) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi.

---

<sup>34</sup> Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm.132-134.

Dalam memilih lokasi tergantung dari keperluan lokasi tersebut. Terdapat paling tidak enam lokasi yang dipertimbangkan sesuai keperluan perusahaan, yaitu:

- 1) Lokasi untuk kantor pusat.
- 2) Lokasi kantor wilayah.
- 3) Lokasi untuk kantor cabang utama.
- 4) Lokasi untuk kantor cabang pembantu.
- 5) Kantor kas.
- 6) Mesin-Mesin ATM.

Secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jenis usaha yang di jalankan.
- 2) Dekat dengan pasar.
- 3) Dekat dengan bahan baku.
- 4) Dekat tenaga kerja.
- 5) Tersedia sarana dan prasarana (transportasi, listrik, dan air).
- 6) Dekat pemerintahan.
- 7) Dekat lembaga keuangan.
- 8) Di kawasan industry.
- 9) Kemudahan untuk ekspansi.
- 10) Adat istiadat/budaya/sikap masyarakat.
- 11) Hukum yang berlaku.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.148.

Secara khusus paling tidak ada dua faktor yang menjadi pertimbangan dalam penentuan lokasi suatu bank, yaitu:

1) Faktor Utama (Primer)

Pertimbangan dalam faktor primer dalam penentuan lokasi bank sebagai berikut:

- a) Dekat dengan pasar.
- b) Dekat dengan perumahan.
- c) Tersedia tenaga kerja, baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan.
- d) Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya atau kereta api atau pelabuhan laut atau pelabuhan udara.
- e) Tersedia sarana dan prasarana seperti listrik, telepon, dan sarana lainnya.
- f) Sikap masyarakat.

2) Faktor Sekunder

Pertimbangan dalam faktor sekunder dalam penentuan lokasi bank adalah:

- a) Biaya untuk investasi dilokasi seperti biaya pembelian tanah atau pembangunan gedung.
- b) Prospek perkembangan harga tanah, gedung, atau kemajuan dilokasi tersebut.
- c) Kemungkinan untuk perluasan lokasi.

- d) Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat perbelanjaan atau perumahan.
- e) Masalah pajak dan peraturan perburuhan di daerah setempat.

Untuk menentukan lokasi kantor pusat pertimbangan yang umum dilakukan ialah sebagai berikut:

- a) Dekat pemerintah.
- b) Di ibu kota Negara atau provinsi.

Pertimbangan untuk kantor wilayah sebagai berikut:

- a) Luas jangkauan wilayah.
- b) Kemudahan akses ke berbagai penjurur.
- c) Tersedia sarana dan prasarana yang lengkap.
- d) Terletak di ibu kota provinsi.
- e) Dan pertimbangan lainnya.

Kemudian untuk lokasi kantor cabang utama pertimbangan yang umum dilakukan adalah sebagai berikut:

- a) Dekat dengan pasar.
- b) Dekat dengan industri.
- c) Dekat dengan perkantoran.
- d) Dekat dengan perumahan.
- e) Dekat dengan tenaga kerja.
- f) Tersedia sarana dan prasarana.
- g) Di kawasan industri.



Selanjutnya, untuk lokasi kantor cabang pembantu dan kantor kas pertimbangan yang umum dilakukan tidak jauh berbeda dengan lokasi kantor cabang utama. Khusus untuk penentuan lokasi mesin-mesin ATM sebagai berikut:

- a) Di dalam masing-masing kantor pusat dan cabang.
- b) Di pusat-pusat perbelanjaan.
- c) Di pusat-pusat hiburan.
- d) Di daerah perkantoran.
- e) Di rumah sakit.
- f) Di lembaga pendidikan.
- g) Di pelabuhan udara atau laut.
- h) Di terminal-minal.
- i) Dan tempat strategis lainnya.<sup>36</sup>

d. Penentuan *Layout* Gedung dan Ruangan

Penentuan *layout* dan ruangan sangat perlu untuk diperhatikan guna memudahkan nasabah memperoleh kenyamanan dan keamanan dalam berhubungan dengan bank. Seperti halnya dengan penentuan lokasi, penentuan *layout* juga harus memerhatikan dan mempertimbangkan beberapa hal.

---

<sup>36</sup> Kasmir, hlm.149-150.

Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan untuk *layout* gedung adalah:

- 1) Bentuk gedung yang memberikan kesan *bonafide*, artinya gedung tersebut megah atau terkesan kuno.
- 2) Lokasi parkir luas dan aman. Hal ini memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan perasaan aman.
- 3) Keamanan disekitar gedung, juga harus dipertimbangkan dengan menyediakan pos-pos keamanan yang dianggap perlu.
- 4) Tersedia telepon umum atau fasilitas lainnya khusus untuk nasabah.

Adapun faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam penyusun *layout* peralatan adalah sebagai berikut:

- 1) Produk yang dihasilkan
- 2) Kebutuhan terhadap ruangan
- 3) Urutan produksi
- 4) Jenis dan berat peralatan/ mesin
- 5) Aliran bahan baku
- 6) Udara di ruangan seperti sinar
- 7) Pemeliharaan
- 8) *Fleksibilitas* (kemudahan berpindag-pindah).<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Kasmir, hlm.151.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan peneliti sebagai bahan perbandingan dan dapat menunjang penelitian serta menyempurnakan hasil penelitian.

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

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yuda Pratama (Skripsi IAIN Padangsidempuan 2021).	Determinan keputusan menjadi nasabah di bank syariah kota Kisaran.	Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank syariah di kota Kisaran.
2	JN Berry (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2021).	Penerapan Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) Mitra Arta Pekanbaru.	Pelayanan berpengaruh positif terhadap peningkatan jumlah nasabah yang ada di BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) Mitra Arta Pekanbaru.
3	Nurul Fatimah (Universitas Islam Negeri Mataram 2020).	Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT ASH-SHAFF Taman Indah Pringgarata Lombok Tengah.	Promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada BMT ASH-SHAFF taman indah Pringgarata Lombok Tengah.
4	Rahma Fitri dan Alim Murtani (Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Volume 1, No1, 2020).	Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mabrur Pada PT. Bank Syariah Indonesia KC Setia Budi Medan.	Pelayanan berpengaruh secara positif terhadap peningkatan nasabah jumlah pada produk tabungan mabrur di PT. Bank Syariah KC Setia Budi Medan.
5	Farah Chalisa (Skripsi UIN	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	Pelayanan berpengaruh positif

	AR-RANIRY Banda Aceh 2019).	Jumlah Peningkatan Nasabah Tabungan Seulanga Pasca Konversi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireun.	dalam peningkatan jumlah nasabah tabungan seulanga pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireun.
6	Prataiwi Veronika Katuuk dkk (Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Volume 7, No 4, 2019).	Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Bahu.	Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Bahu sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Bahu.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Yuda Pratama yaitu sama-sama membahas tentang variabel X yaitu lokasi. Sedangkan perbedaannya yaitu, penelitian ini membahas tiga variabel X diantaranya: pelayanan, promosi dan lokasi terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidmpuan. Penelitian Yuda Pratama membahas dua variabel diantaranya yaitu: pengambilan keputusan dan lokasi menjadi nasabah di Bank Syariah Kota Kisaran.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian JN Berry sama-sama membahas tentang variabel X yaitu Pelayanan dalam peningkatan jumlah nasabah. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini ialah lokasi penelitiannya. Penelitian JN Berry melakukan penelitian di

BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*) Mitra Arta Pekanbaru. Sedangkan dalam penelitian ini lokasi penelitian dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Nurul Fatimah sama-sama membahas variabel X yaitu promosi. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini ialah pada tempat penelitiannya. Penelitian Nurul Fatimah meneliti di BMT ASH-SHAFF Taman Indah. Sedangkan dalam penelitian ini lokasi penelitiannya di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rahma Fitri dan Alim Murtani sama-sama membahas variabel X yaitu pelayanan. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini ialah pada tempat penelitiannya. Penelitian Rahma Fitri dan Alim Murtani meneliti di PT. Bank Syariah Indonesia KC Setia Budi Medan. Sedangkan dalam penelitian ini lokasi penelitiannya di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Farah Chalisa sama-sama membahas tentang variabel X yaitu Pelayanan dalam peningkatan jumlah nasabah. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini ialah lokasi penelitiannya. Penelitian Farah Chalisa melakukan penelitian di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireun. Sedangkan dalam penelitian ini lokasi penelitian dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Pratiwi Veronika Katuuk sama-sama membahas variabel X yaitu pelayanan promosi dan lokasi. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini ialah pada variabel Y dan tempat penelitiannya. Penelitian Pratiwi Veronika Katuuk meneliti tentang minat menjadi nasabah di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Bahu. Sedangkan dalam penelitian ini meneliti tentang peningkatan jumlah nasabah yang lokasi penelitiannya di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Berdasarkan penjelasan persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan enam penelitian terdahulu di atas bahwa penelitian ini tidak sama dengan enam penelitian terdahulu di atas. Penelitian ini membahas tiga variabel X (bebas) yaitu: pelayanan, promosi, dan lokasi dengan satu variabel Y (terikat) yaitu determinan peningkatan jumlah nasabah serta penelitian ini dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidmpuan.

### **C. Kerangka Berpikir**

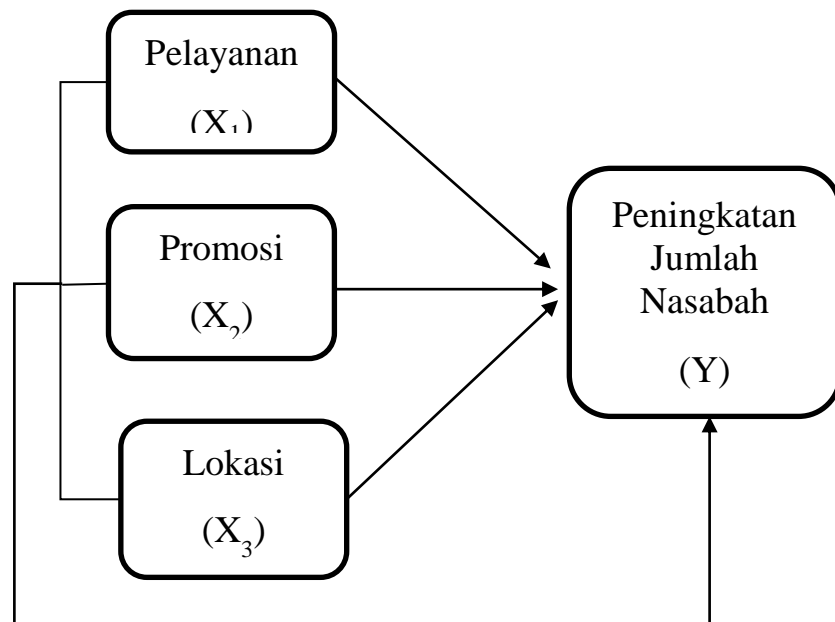
Kerangka berpikir atau juga disebut sebagai kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir juga menjelaskan sementara terhadap gejala yang menjadi masalah (objek) penelitian.<sup>38</sup> Dalam penelitian yang berjudul “Determinan Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT. Bank

---

<sup>38</sup> Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN MALIKI PRESS, 2011), hlm.107-108.

Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan” memiliki kerangka pikir sebagai berikut.

**Gambar II.1**  
**Kerangka Berpikir**



Berdasarkan kerangka pikir di atas dapat dijelaskan bahwa peningkatan jumlah nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu promosi dan lokasi. Dimana promosi memengaruhi peningkatan jumlah nasabah, lokasi juga mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah. Promosi dan lokasi sama-sama berpengaruh dalam peningkatan jumlah nasabah.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis adalah pernyataan yang dibuat secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi. Hipotesis

adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks.<sup>39</sup>

Adapun Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>a1</sub> : Terdapat pengaruh pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.
- H<sub>a2</sub> : Terdapat pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.
- H<sub>a3</sub> : Terdapat pengaruh lokasi terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.
- H<sub>a4</sub> : Terdapat pengaruh pelayanan, promosi dan lokasi terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.

---

<sup>39</sup> Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm.132.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan Jl. Merdeka, No.12, Wek V, Padangsidempuan Selatan, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara, Indonesia. Adapun waktu penelitian ini direncanakan dari bulan Mei sampai dengan November 2021.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mementingkan kedalaman data, penelitian kuantitatif tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak banyaknya dari populasi yang luas. Walaupun populasi penelitian besar, tetapi dengan mudah dapat dianalisis, baik melalui rumus-rumus statistik maupun komputer. Jadi pemecahan masalahnya didominasi oleh peran statistik.<sup>40</sup>

Data kuantitatif merupakan data statistik yang berupa angka-angka, baik secara langsung digali dari hasil penelitian maupun hasil pengolahan data kualitatif menjadi data kuantitatif.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN MALIKI PRESS, 2011), hlm.20.

<sup>41</sup> Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm.118.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau individu yang akan diteliti, memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap. Berdasarkan pengertian tersebut, maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan yang berjumlah 26.875 orang.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih melalui cara tertentu yang mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap mewakili populasi.<sup>42</sup> Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *insidental sampling*. Teknik *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>43</sup>

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Taro Yamane yang dikutip oleh Rahmat sebagai berikut:

---

<sup>42</sup> Johar Arifin, *Statistika Bisnis Terapan Dengan Microsoft Excell 2007* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008), hlm.69.

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.122.

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d<sup>2</sup> = presisi yang ditetapkan (10%)

$$n = \frac{26875}{26875 \cdot (0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{26875}{26875 \cdot (0.01) + 1}$$

$$n = \frac{26875}{268.75 + 1}$$

$$n = \frac{26875}{269.75}$$

$$n = 99.6$$

Berdasarkan keterangan di atas maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

#### D. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya data yang digunakan peneliti adalah data primer. Data primer adalah jenis data yang langsung diperoleh dari obyek yang diteliti dan kemudian diolah oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dengan cara memberi kuesioner kepada nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. Penelitian ini dilakukan untuk

menguji hipotesis terhadap data primer dari penelitian yang berupa jawaban dari pertanyaan atau kuesioner terhadap responden.<sup>44</sup>

### **E. Instrument Pengumpulan Data**

Instrumen adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis, sehingga lebih mudah diolah. Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Kuesioner**

Menurut Sugiyono kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini kuesioner yang digunakan ialah kuesioner yang jenisnya berbentuk tertutup.<sup>45</sup>

Jadi dalam penelitian ini peneliti akan memberikan serangkaian pertanyaan-pertanyaan kepada nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Angket yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal dengan kriteria sebagai berikut:

---

<sup>44</sup> Ajat Rukajat, "Pendekatan Penelitian Kuantitatif" (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm.6.

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2106), hlm.142-143.

**Tabel III.I**  
**Skala Ordinal**

NO	Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Untuk kisi-kisi angket yang akan diberikan oleh peneliti kepada responden sebagai berikut:

**Tabel III.2**  
**Kisi-Kisi Angket**

Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)	a. Kepuasan Produk b. Kenyamanan Transaksi c. Informasi yang disampaikan teman/saudara	1,2,3 4,5,7 6,8
Pelayanan (X1)	a. <i>Tangible</i> b. <i>Emphaty</i> c. <i>Responsivenes</i> (cepat tanggap) d. <i>Reliabytily</i> (keandalan) e. <i>Assurance</i> (kepastian)	1,2 3,4 5,6 7,8 9,10
Promosi (X2)	a. Periklanan b. <i>Personal Selling</i> c. Promosi penjualan d. <i>Publisitas</i>	1,2,3 4,5,6 7,8 9,10
Lokasi (X3)	a. Starategis b. Terjangkau c. <i>Lay Out</i> ruangan d. Kelengkapan Fasilitas	1,2,3 4,5,6 7,8 9,10

## 2. Wawancara

Wawancara adalah cara-cara memperoleh data dengan berhadapan langsung, bercakap-cakap, baik antara individu dengan individu dengan sekelompok. Wawancara melibatkan dua komponen, pewawancara yaitu peneliti itu sendiri dengan orang-orang yang diwawancarai.<sup>46</sup> Dalam penelitian ini bentuk wawancara yang dilakukan yaitu wawancara terstruktur.

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi dari karyawan serta nasabah pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.<sup>47</sup> Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan untuk memperkuat bukti hasil penelitian dengan cara mengumpulkan bukti gambar form peningkatan jumlah nasabah, dan lain sebagainya.

## F. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

### a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui

---

<sup>46</sup> Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016), hlm.222.

<sup>47</sup> Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, hlm.163.

kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil  $r_{hitung}$  kita bandingkan dengan  $r_{tabel}$ , dimana  $df = n - 2$  dengan signifikansi 10% jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka valid. Dalam melakukan uji validitas, peneliti akan menggunakan metode SPSS dengan teknik pengujian *bivariate pearson* (produk momen pearson).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran.<sup>48</sup> Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila alat ukur yang digunakan stabil, dapat diandalkan, dan dapat digunakan peramalannya. Artinya data yang dikatakan reabilitas adalah alat ukur yang digunakan bisa memberikan hasil yang sama walaupun digunakan berkali kali oleh peneliti yang berbeda. Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan jika nilai  $\alpha > 0,60$  maka reliabel.

Baik uji validitas maupun uji reliabilitas akan diukur menggunakan SPSS 23.

---

<sup>48</sup> Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 126.

## G. Analisis Data

Jika semua data sudah lengkap maka data akan mulai diolah. Berhubung peneliti menggunakan metode kuantitatif maka hasil angket yang berisi jawaban-jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang dirancang peneliti mengenai Determinan peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan, maka semua data yang diperoleh akan dianalisis melalui:

### 1. Uji Asumsi Dasar

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas yaitu dengan menggunakan uji Kolmogorov- Smirnov yang tingkat taraf signifikannya diambil 10% atau 0,1. Sehingga kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Angka signifikan (SIG)  $>0,1$  maka data berdistribusi normal.
- 2) Angka signifikan (SIG)  $<0,1$  maka data tidak berdistribusi normal.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Singgih Santoso, *Statistik Multivariat Dengan SPSS* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017), hlm.42-44.



## b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak.<sup>50</sup> Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikansi kurang dari 0,1.

- 1) Jika nilai signifikansi  $< 0,1$ , maka kedua variabel mempunyai hubungan yang linear.
- 2) Jika nilai signifikansi  $> 0,1$ , maka kedua variabel tidak mempunyai hubungan yang linear.<sup>51</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independent*. Jika variabel *independent* saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak orthogonal.<sup>52</sup> Pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance.

Ketentuannya:

---

<sup>50</sup> Nikolas Dauli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Budi Utama, 2019), hlm. 127.

<sup>51</sup> Dauli, hlm.128.

<sup>52</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Unuversitas Diponegoro, 2016), hlm.103.

- 1) Jika nilai VIF  $> 10$  maka terjadi multikolinearitas dalam penelitian.
- 2) Jika nilai VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas.<sup>53</sup> Jika korelasi antar variabel independent dan residual memiliki signifikansi  $> 0,1$  artinya data tidak terkena heterokedastisitas, dan jika signifikansi  $< 0,1$  artinya data terkena heterokedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu dengan menggunakan uji-t statistik untuk masing-masing variabel bebas dengan tingkat kepercayaan tertentu. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Dengan menggunakan

---

<sup>53</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm179.

aplikasi SPSS, maka pengambilan kesimpulan dengan cara berikut.<sup>54</sup>

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

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji f dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel *independent* secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel *dependent* secara signifikan. Kriteria pengujiannya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:<sup>55</sup>

- 1) Apabila nilai  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak ( $\alpha = 0,1$ ).
- 2) Apabila nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima ( $\alpha = 0,1$ ).

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model.<sup>56</sup>

Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu:

---

<sup>54</sup> Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm.83-84.

<sup>55</sup> Priyatno, hlm.63-64.

<sup>56</sup> Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Adi Offset, 2010), hlm.64.

apabila semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai  $0 \leq R^2 \leq 1$  dapat diartikan sebagai berikut:

- 1)  $R^2 = 0$ , berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
- 2)  $R^2 = 1$ , berarti ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah kelanjutan analisis setelah uji validitas, realibilitas, uji asumsi klasik. Analisis regresi linear berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel *independent*.

Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *independent* pelayanan ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), dan lokasi ( $X_3$ ) terhadap variabel *dependent* yaitu peningkatan jumlah nasabah (Y) di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, hlm.181.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependent

$\alpha$  = Koefisien Konstanta

$b_1b_2b_3$  = Koefisien untuk variabel dependent

$X_1X_2 X_3$  = Variabel Independen

e = Error (tingkat kesalahan)

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas, maka, model yang terbentuk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$PJN = \alpha + b_1PL + b_2PR + b_3LK + e$$

Dimana:

PJN = Peningkatan Jumlah Nasabah

$\alpha$  = Koefisien Konstanta

$b_1b_2b_3$  = Koefisien Variabel Independen

PL = Pelayanan

PR = Promosi

LK = Lokasi

e = Error (Tingkat Kesalahan)

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**

##### **1. Sejarah Berdirinya**

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

Salah satu yang merupakan Bank Umum Milik Daerah (BUMD) seperti Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) yang sekarang dikenal dengan nama Bank Sumut yang kepemilikannya sampai dengan saat ini sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Utara. Bank Sumut secara terus menerus melakukan perubahan sehingga mampu bertahan di tengah persaingan tersebut.

Bank Sumut selalu siap siaga dalam melihat pangsa pasar perbankan syariah yang berperan sebagai tempat pelayanan terbaik dalam melayani kebutuhan masyarakat Sumatera Utara yang ingin bertransaksi secara syariah, maka pada tanggal 04 November 2004 PT.

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

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan Bank Sumut, terutama sejak dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997.

Selain Bank Umum yang membuka Divisi Usaha Syariah, Bank Konvensional seperti Bank Sumut juga berperan di dalamnya untuk membuka Unit/Divisi Usaha Syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sektor perbankan syariah, namun Bank Sumut ikut ambil resiko dalam mengembangkan jasa perbankan syariah. Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasari pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat Religius, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan terutama dalam bidang ekonomi.

Komitmen untuk mendirikan Usaha Unit Syariah semakin menguat seiring keluarnya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang

menyatakan bahwa bunga bank haram. Tentunya fatwa ini mendorong keinginan masyarakat Muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Atas dasar itulah akhirnya pada Tanggal 04 Nopember 2004 PT. Bank Sumut membuka Unit Usaha Syariah dengan 2 (dua) Kantor Cabang Syariah, yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan.

## 2. Visi dan Misi

### a. Visi Perusahaan

Adapun Visi dari PT. Bank Sumut Syariah adalah menjadi bank andalan bagi masyarakat untuk membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah disegala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

### b. Misi Perusahaan

Adapun Misi dari PT. Bank Sumut Syariah adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat serta professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip *compliance* (kepatuhan).<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> [www.banksumut.co.id](http://www.banksumut.co.id), diakses pada tanggal 28 september, 2021.



### 3. Makna Logo PT. Bank Sumut Syariah

#### Gambar Makna Logo PT. Bank Sumut Syariah



Bentuk logo pada PT. Bank SUMUT menggambarkan dua elemen, yaitu dalam bentuk huruf “U” yang saling bersinergy memberikan huruf “S” yang merupakan kata awal dari SUMUT. Sebuah gambaran bentuk kerjasama yang begitu erat antara Bank SUMUT dengan masyarakat Sumatera Utara, sebagaimana yang tertera pada visi Bank SUMUT. Warna orange yang ada pada logo Bank SUMUT sebagai simbol untuk terus maju yang dilakukan dengan energik yang dipadu dengan warna biru yang sportif dan profesional, sebagaimana misi Bank SUMUT.

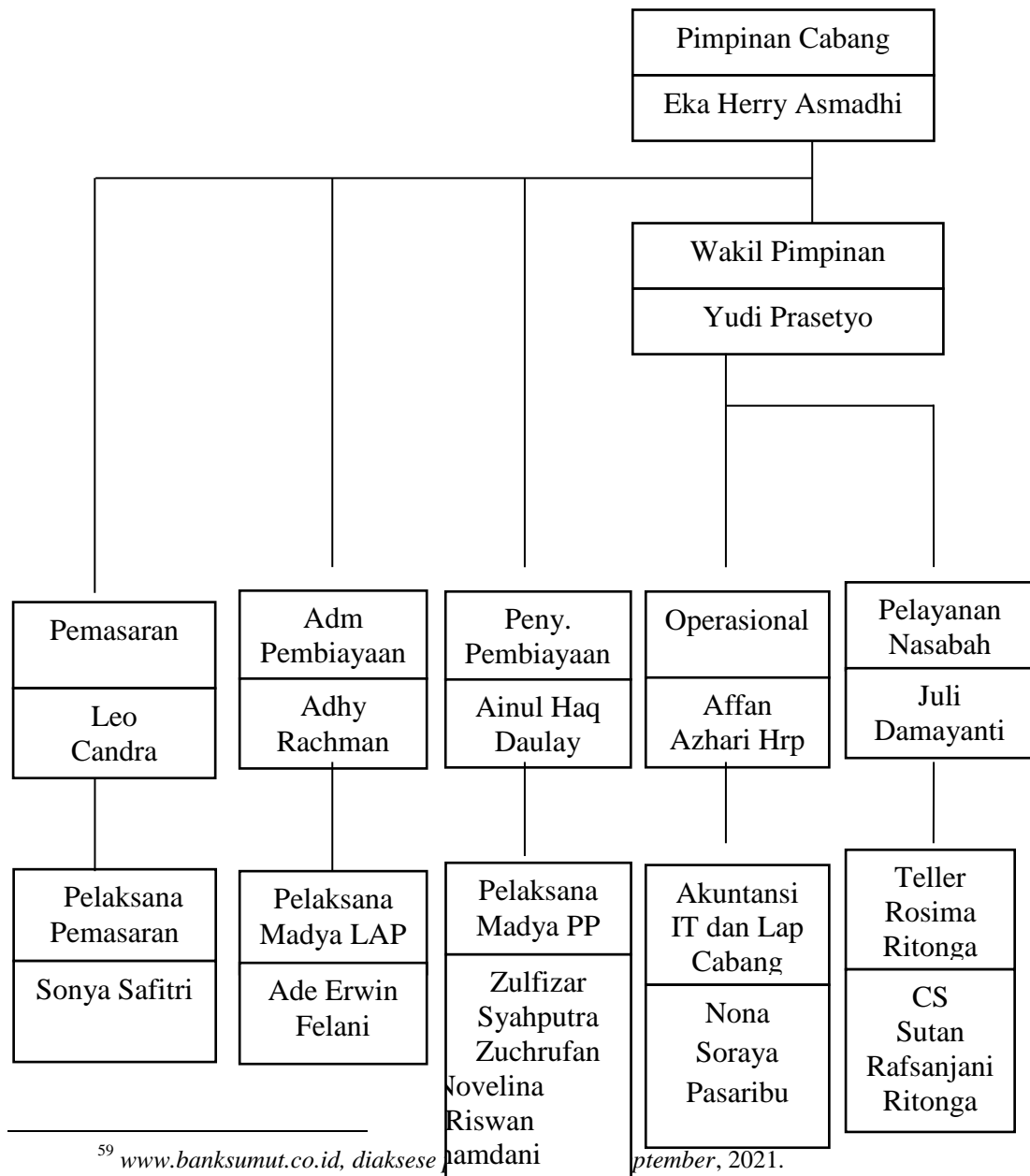
Warna putih dalam logo Bank SUMUT mengungkapkan ketulusan dalam melayani nasabah, sebagaimana yang ada dalam motto atau *statement* Bank SUMUT. Jenis huruf “*platini bold*” yang sederhana dan mudah dibaca. Penulisan Bank dengan huruf kecil dan SUMUT dengan huruf kapital guna lebih mengedepankan Sumatera Utara, sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.

Adapun penjelasan tentang angka 8, yaitu setiap implementasi dari standar layanan Bank SUMUT masing-masing berjumlah dengan

delapan butir yang terinspirasi dari huruf “S” pada logo Bank SUMUT. Angka delapan adalah angka bulat yang tidak terputus dalam penulisannya dan melaksanakan proses pelayanan pada nasabah yang tiada henti.<sup>59</sup>

#### 4. Struktur Organisasi

**Gambar IV.2**  
**Struktur Organisasi**



<sup>59</sup> [www.banksumut.co.id](http://www.banksumut.co.id), diakses pada 15 September, 2021.

## B. Hasil Analisis Data

### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 10% atau 0,1 dengan derajat kebebasan  $(df) = n - 2$ , jadi  $df = 100 - 2 = 98$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

**Tabel IV.1**  
**Hasil Uji Validitas Pelayanan (X1)**

No Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,208	Intrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
2	0,578		Valid
3	0,504		Valid
4	0,655		Valid
5	0,753		Valid
6	0,793		Valid
7	0,810		Valid
8	0,806		Valid
9	0,769		Valid
10	0,753		Valid

Sumber: hasil output SPSS versi 23 (data diolah 2021).

Berdasarkan hasil uji validitas pelayanan ( $X_1$ ) menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,1654. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan 1 sampai 10 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

**Tabel IV.2**  
**Hasil Uji Validitas Promosi (X<sub>2</sub>)**

No Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,299	Intrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2= 100-2= 98$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$ .	Valid
2	0,488		Valid
3	0,625		Valid
4	0,749		Valid
5	0,746		Valid
6	0,808		Valid
7	0,763		Valid
8	0,765		Valid
9	0,790		Valid
10	0,798		Valid

*Sumber: hasil output SPSS versi 23 (data diolah 2021).*

Berdasarkan hasil uji validitas promosi (X<sub>2</sub>) menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,1654. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan 1 sampai 10 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

**Tabel**  
**Hasil Uji Validitas Lokasi (X<sub>3</sub>)**

No Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,373	Intrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2= 100-2= 98$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$ .	Valid
2	0,527		Valid
3	0,629		Valid
4	0,688		Valid
5	0,697		Valid
6	0,738		Valid
7	0,744		Valid
8	0,781		Valid
9	0,770		Valid
10	0,812		Valid

*Sumber: hasil output SPSS versi 23 (data diolah 2021).*

Berdasarkan hasil uji validitas promosi ( $X_3$ ) menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,1654. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan 1 sampai 10 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Validitas Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)**

No Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,394	Intrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2= 100-2= 98$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$ .	Valid
2	0,532		Valid
3	0,653		Valid
4	0,695		Valid
5	0,726		Valid
6	0,789		Valid
7	0,756		Valid
8	0,755		Valid

Sumber: hasil output SPSS versi 23 (data diolah 2021).

Berdasarkan hasil uji validitas peningkatan jumlah nasabah (Y) menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,1654. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan 1 sampai 8 dinyatakan valid. Hasil data lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

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

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cornbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
Pelayanan ( $X_1$ )	0,873	10	Reliabel
Promosi ( $X_2$ )	0,882	10	Reliabel
Lokasi ( $X_3$ )	0,876	10	Reliabel
Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)	0,826	8	Reliabel

Sumber: hasil output SPSS versi 23( data diolah 2021).

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan nilai *Cornbach's Alpha* dari masing-masing variabel  $> 0,60$ . Sebagaimana yang dijelaskan maka dapat disimpulkan masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

### 3. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal atau tidak. Dalam penelitian uji normalitas menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*, sebagai berikut:

**Tabel IV.6**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.077903
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.045
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: hasil output SPSS versi 23( data diolah 2021).

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asym. Sig 2-tailed*)  $0,2 > 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

#### 4. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila nilai signifikan  $< 0,1$ . Hasil uji linearitas sebagai berikut:

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Linearitas Peningkatan Jumlah Nasabah Terhadap Pelayanan**  
**ANOVA Table**

			Sum of Squares		Mean Square	F	Sig.
Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) * Pelayanan (X1)	Between Groups	Combin	2088.221	27	77.342	11.069	.029
		Linearit	1779.551	1	1779.551	254.682	.090
		on from Lineari	308.670	26	11.872	699	.041
	Within Groups		503.089	72	6.987		
	Total		2591.310	99			

Sumber: hasil output SPSS versi 23( data diolah 2021).

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi *linearty* sebesar 0,090 karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan memiliki hubungan yang linear.

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji Linearitas Peningkatan Jumlah Nasabah**  
**Terhadap Promosi**  
**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) * Promosi (X2)	Between Groups	(Combined)	2122.072	25	84.883	13.386	.000
		Linearity	1907.981	1	1907.981	300.894	.000
		Deviation from Linearity	214.091	24	8.920	1.407	.134
	Within Groups		469.238	74	6.341		
	Total		2591.310	99			

Sumber: hasil output SPSS versi 23( data diolah 2021).

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi *linearty* sebesar 0,000 karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa variabel peningkatan jumlah nasabah dengan promosi memiliki hubungan yang linear.

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Linearitas Peningkatan Jumlah Nasabah**  
**Terhadap Lokasi**  
**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Peningkatan Jumlah Nasabah	Between Groups	(Combined)	2508.329	24	104.514	94.461	.000
		Linearity	2472.538	1	2472.538	2234.724	.000



(Y) * Lokasi (X3)	Deviati on from Lineari ty	35.791	23	1.556	1.406	.137
	Within Groups	82.981	75	1.106		
	Total	2591.310	99			

Sumber: hasil output SPSS versi 23( data diolah 2021).

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi *linearty* sebesar 0,000 karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa variabel peningkatan jumlah nasabah dengan lokasi memiliki hubungan yang linear.

#### 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Variance Inflation Factor* < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1.

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.834	.623		4.549	.000		
	Pelayanan (X1)	-.057	.036	-.077	-1.572	.010	.438	5.145
	Promosi (X2)	.378	.840	.440	4.472	.000	.620	5.534
	Lokasi (X3)	.731	.036	.977	2.464	.000	.203	4.928

Sumber: hasil output SPSS versi 23( data diolah 2021).

a. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dari variabel pelayanan sebesar  $0,438 > 0,1$ , variabel promosi sebesar  $0,620$  dan variabel lokasi  $0,203 > 0,1$ . Jadi dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari ketiga variabel di atas lebih besar dari  $0,1$  sehingga dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel pelayanan sebesar  $5,145 < 10$ , variabel promosi sebesar  $5,534 < 10$  dan variabel lokasi sebesar  $4,928 < 10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari  $10$  (nilai VIF  $< 10$ ) sehingga bebas dari multikolinearitas.

## 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Jika nilai signifikansi  $< 0,1$  maka akan terjadi heteroskedastisitas, begitu juga sebaliknya jika nilai signifikansi  $> 0,1$  maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji glejser.

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.003	.399		2.515	.014
	Pelayanan (X1)	.027	.023	.272	1.184	..239
	Promosi (X2)	-.018	.023	-.187	-.787	.433

	Lokasi (X3)	-.014	.023	-.136	-.607	.545
--	-------------	-------	------	-------	-------	------

Sumber: hasil output SPSS versi 23( data diolah 2021).

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan hasil analisis di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel pelayanan sebesar  $0,239 > 0,1$  variabel promosi sebesar  $0,433 > 0,1$  dan variabel lokasi sebesar  $0,545 > 0,1$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

## 7. Hasil Uji Parsial ( Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel pelayanan, promosi dan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

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

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.834	2.623		4.549	.000
	Pelayanan (X1)	-.057	.036	-.077	-1.572	.010
	Promosi (X2)	.378	.084	.440	4.472	.000
	Lokasi (X3)	.731	.036	.977	2.464	.000

Sumber: hasil output SPSS versi 23( data diolah 2021).

a. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)

a) Pengaruh Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah

Pada variabel pelayanan, nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $-1,572$  dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar  $1,660$ . Artinya untuk variabel  $t_{hitung}$  nya lebih kecil daripada nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $-1,572 < 1,660$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidmpuan.

b) Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah

Variabel promosi memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $4,472$ . Artinya untuk variabel promosi  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $4,472 > 1,660$  sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi secara parsial berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidmpuan.

c) Pengaruh Lokasi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah

Variabel lokasi memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $2,464$ . Artinya untuk variabel lokasi  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $2,464 > 1,660$  sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidmpuan.

## 8. Hasil Uji Simultan (Uji f)

Uji f bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh simultan yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji f adalah:

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2476.284	3	825.428	68.890	.000 <sup>b</sup>
	Residual	115.026	96	1.198		
	Total	2591.310	99			

Sumber: hasil output SPSS versi 23( data diolah 2021).

- a. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)
- b. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Pelayanan (X1), Promosi (X2).

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa  $f_{hitung}$  untuk variabel kemudahan pelayanan, promosi dan lokasi sebesar 68,890. Sedangkan  $f_{tabel}$  dengan  $df(N1) = k-1$  atau  $4-1 = 3$  dan  $df(N2) = n-k$  atau  $100-3 = 97$  sehingga diperoleh  $f_{tabel} 2,14$ . Dari hasil pengujian uji statistik (uji f) maka dapat disimpulkan bahwa  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $68,890 > 2,14$ ) yang berarti dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan, promosi dan lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.

## 9. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari variabel independen ( $X_1$   $X_2$   $X_3$ ) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Adapun hasil dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebagai berikut:

**Tabel IV.14**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.475 <sup>a</sup>	.225	.206	2.531

Sumber: hasil output SPSS versi 23( data diolah 2021).

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Pelayanan (X1), Promosi (X2)

b. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai *adjusted R Squarenya* sebesar 0,206 atau 20,6% hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. Sedangkan 79,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 10. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pelayanan ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y).

**Tabel IV.15**  
**Uji Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.834	2.623		4.549	.000

Pelayanan (X1)	-.057	.036	-.077	-1.572	.010
Promosi (X2)	.378	.084	.440	4.472	.000
Lokasi (X3)	.731	.036	.977	2.464	.000

Sumber: hasil output SPSS versi 23( data diolah 2021).  
a. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada *Unstandarsized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$PJN = \alpha + b_1 PLN + b_2 PM + LK + e$$

$$PJN = 12,834 - 0,057PL + 0,378PM + 0,731LK + 2,623$$

Penjelasan persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta ( $\alpha$ ) adalah sebesar 12,834. Artinya jika variabel pelayanan ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) nilainya 0 maka peningkatan jumlah nasabah memiliki nilai sebesar 12,834 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel pelayanan yaitu sebesar -0,057. Artinya jika variabel pelayanan 1 satuan dan variabel lain dianggap konstan atau 0, maka pelayanan menurun -0,057satuan. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah.
- Nilai koefisien regresi variabel promosi yaitu sebesar 0,378. Artinya jika variabel pelayanan 1 satuan dan variabel lain dianggap konstan atau 0, maka promosi meningkat 0,378 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah.

d. Nilai koefisien regresi variabel lokasi yaitu sebesar 0,731. Artinya jika variabel pelayanan 1 satuan dan variabel lain dianggap konstan atau 0, maka promosi meningkat 0,731 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi terhadap peningkatan jumlah nasabah.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

1. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Pelayanan berkaitan dengan apa, siapa dan bagaimana memberikan suatu jasa guna memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam penelitian ini secara parsial pelayanan tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, terlihat dari nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-1,572 < 1,660$ ). Hal ini diperkuat oleh penelitian Eka Nopitasari dengan judul penelitian Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.
2. Dalam buku Mursyid M yang berjudul Manajemen Pemasaran menyatakan bahwa salah satu tujuan promosi adalah meningkatkan penjualan produk. Jadi idealnya promosi mampu meningkatkan jumlah nasabah. Dalam penelitian ini secara parsial promosi berpengaruh



terhadap peningkatan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, terlihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,472 > 1,660$ ). Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan membawa pengaruh yang baik dalam peningkatan jumlah nasabahnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnia Wibowo menyatakan bahwa faktor promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kampun Baru Medan. Penelitian yang dilakukan oleh Mawar Juita sejalan dengan penelitian ini yang dimaman penelitian Mawar Juita menyatakan bahwa faktor promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah BMT Cengkareng Syariah Mandiri Jakarta Barat.

3. Secara parsial lokasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan terlihat dari nilai nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,464 > 1,660$ ).

Hal ini diperkuat oleh penelitian Riyan Alfino dengan judul penelitian Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Peduli Usaha Mikro Pada Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah.

4. Secara simultan variabel pelayanan, promosi dan lokasi mempunyai pengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dapat dilihat dengan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $6,890 > 2,14$ ).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Azizah menyatakan bahwa faktor promosi, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di BNI Syariah Makassar. Penelitian yang dilakukan oleh Atwal Arifin dan Husnul Khotimah menyatakan bahwa faktor pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih Bank Syariah di Surakarta.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Seluruh rangkaian dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sulit dicapai karena dalam melakukan penelitian ini adanya berbagai keterbatasan. Namun peneliti berusaha agar keterbatasan ini tidak sampai mengurangi makna dari hasil penelitian yang diperoleh.

Beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan penelitian ini hanya membahas variabel pelayanan ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ) dan variabel peningkatan jumlah nasabah ( $Y$ ).

2. Keterbatasan tempat penelitian, yang dimana peneliti hanya bisa meneliti di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
3. Dalam menyebarkan kuesioner ada saja responden yang menolak untuk mengisi kuesioner dikarenakan rasa takut dan kurangnya kepercayaan akan data yang akan salah digunakan.
4. Peneliti tidak mampu mengontrol semua responden, apakah responden serius atau tidak dalam menjawab kuesioner.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai determinan peningkatan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. Hal ini dapat dilihat dari uji t variabel pelayanan yang memiliki  $t_{hitung}$  sebesar -1,572 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 sehingga  $t_{hitung} < t_{tabel}$  (-1,572 < 1,660), maka  $H_a$  ditolak.
2. Promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. Hal ini dapat dilihat dari uji t variabel promosi yang memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 4,472 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (4,472 > 1,660), maka  $H_a$  diterima.
3. Lokasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. Hal ini dapat dilihat dari uji t variabel lokasi yang memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,464 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (2,464 > 1,660), maka  $H_a$  diterima.

4. Pelayanan, promosi, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan jumlah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $68,890 > 2,14$ ).

## **B. Saran**

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

1. Bagi pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan agar lebih memperhatikan hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah serta membangun terus kualitas produk yang dimiliki supaya tahun ketahun nasabahnya mengalami peningkatan.
2. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti determinan lain atau dengan menambah variabel independent yang dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Johar. *Statistika Bisnis Terapan Dengan Microsoft Excell 2007*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008.
- Basori, Windu Mahmud dan Wakhid. *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019.
- Dauli, Nikolas. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Budi Utama, 2019.
- Departemen Agama Republik, *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Surakarta: CV Al-Hanan, 2009.
- Erik Rifad Hendra Putra dan Ade Sofyan Mulazid. "Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung di PT. Panin Dubai Syariah Bank." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2018): 2.
- Firmansyah, Andrianto dan Anang. *Manajemen Bank Syariah*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2016.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Ibrahim, Nur Eli. *Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Andi Anggota IKAPI, 2021.
- Irma, Welli. Wawancara di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangdimpunan, 22 Juli 2021.
- Jasmani. "Pengaruh Promosi Dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan Di PT. Baja Perkasa Jakarta." *Jurnal Ilmiah Semarak* 1, no. 3 (2018): 156.
- Kasmir. *Etika Coutomer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2014.
- . *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

- . *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2010.
- . *Pemasaran Bank Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2018.
- Kusrini, Setiawan dan Dwi Endah. *Ekonometrika*. Yogyakarta: Adi Offset, 2010.
- Masyhuri, Nur Asnawi dan. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN MALIKI PRESS, 2011.
- Mirwan. “Sistem Pelayanan Bank Konvensional dan Bank Syariah.” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Sosial* 3, no. 1 (2018): 107.
- Muh Nur Eli Ibrahim. *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Andi Anggota IKAPI, 2021.
- Muhammad Teguh. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Mursyid, M. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: bekerja sama dengan Pusat Antar Universitas-Studi Ekonomi Universitas Indonesia, 2008.
- Musfar, Tengku Firli. *Manajemen Pemasaran (Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran)*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Nashar. *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Barat Bangkes: Duta Media Publisihng, 2020.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Priyatno, Duwi. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Purwati, Sigit Sapto Nugroho dan Yuni. *Hukum Perbankan Mengenal Prudent Banking Principle*. Jakarta: Lakeisha, 2019.

- Rachmawati, Afrian. "Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Jurnal Liquidity* Volume 8, no. 2 (2019): 120.
- Ramadan, Gilang. Wawancara di Batunadua Padangsidempuan, 22 Juni 2021.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communicarion*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Ratna, Nyoman Kutha. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016.
- Rianto, Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Rukajat, Ajat. "Pendekatan Penelitian Kuantitaif." Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir AL-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Penerbit Lentera Hati, 2012.
- Singgih Santoso. *Statistik Multivariat Dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017.
- Siregar, Budi Gautama. "Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan." *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman* 2, no. 2 (2016): 32.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suwartini, Sumiyati dan. *Produk Kreatif dan Kewirausahaan*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.



———. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.

[www.banksumut.co.id](http://www.banksumut.co.id), diakses pada tanggal 28 September, 2021.

Zein, Aliman Syahuri. “Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kabupaten Mandailing Natal.” *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* Volume 4, no. 2 (2018): 222–2362.

Zulaikha, Siti. Wawancara di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangdimpunan, 20 Juni 2021.

## SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Delima Sari Lubis, M.A

NIP : 19840512 201403 2 002

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Determinan Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.”

Yang disusun oleh:

Nama : Manna Ida Siregar

Nim : 17 401 00203

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

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

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

Padangsidimpuan, September 2021

Validator

**Delima Sari Lubis, M.A**

**NIP. 19840512 201403 2 002**

**LEMBAR VALIDASI**  
**PENINGKATAN JUMLAH NASABAH (Y)**

Petunjuk:

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

<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
san Produk	,3			
Kenyamanan Transaksi	,7			
Informasi yang disampaikan teman/saudara				

Catatan:

.....  
.....

.....

Padangsidempuan, September 2021

Validator

**Delima Sari Lubis, M.A**

**NIP. 19840512 201403 2 002**

## LEMBAR VALIDASI

### PELAYANAN (X<sub>1</sub>)

Petunjuk:

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

<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
<i>Tangible</i>	1,2			
<i>Emphaty</i>	3,4			
<i>Responsivenes</i> (Cepat Tanggap)	5,6			
<i>Reliabytily</i> (Keadaan)	7,8			
<i>Assurance</i> (Kepastian)	9,10			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, September 2021

Validator

**Delima Sari Lubis, M.A**

**NIP. 19760324 200604 2 002**

## LEMBAR VALIDASI

### PROMOSI (X<sub>2</sub>)

Petunjuk:

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

<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Periklanan	1,2,3			
Personal <i>Selling</i>	4,5,6			
Promosi Penjualan	8,9			
<i>Publisitas</i>	9,10			

Catatan:

.....  
.....

.....

Padangsidempuan, September 2021

Validator

**Delima Sari Lubis, M.A**

**NIP. 19840512 201403 2 002**

## LEMBAR VALIDASI

### LOKASI (X<sub>3</sub>)

Petunjuk:

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

<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Strategis	1,2,3			
Terjangkau	4,5,6			
<i>Lay Out</i>	7,8			
Kelengkapan Fasilitas	9,10			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, September 2021

Validator

**Delima Sari Lubis, M.A**

**NIP. 19840512 201403 2 002**

## ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

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

Nama : Manna Ida Siregar

NIM : 17 401 000203

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

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Determinan Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**”. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh – sungguh.

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Padangsidempuan, September 2021  
Hormat Saya

**Manna Ida Siregar**  
**Nim. 17 401 00203**

**ANGKET PENELITIAN**  
**DETERMINAN PENINGKATAN JUMLAH NASABAH DI PT. BANK**  
**SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

**A. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Pendidikan Terakhir :
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. Diploma (D1, D2, D3)
  - e. Sarjana (S1, S2, S3)
  - f. Lainnya (Sebutkan)...
4. Pekerjaan Responden :
  - a. PNS/TNI
  - b. Pegawai Swasta
  - c. Wiraswasta
  - d. Ibu Rumah Tangga
  - e. Pelajar/Mahasiswa
  - f. Buruh/Petani
  - g. Lainnya

**B. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

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



4. Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

**Daftar Pertanyaan:**

**1. Angket Peningkatan Jumlah Nasabah (Y)**

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk yang ditawarkan PT.Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan sesuai dengan kebutuhan.					
2	Prosedur yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sangat cepat prosesnya.					
3	Produk PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan memiliki keunggulan.					
4	Saya tidak pernah mengalami kendala dalam bertransaksi.					
5.	Saya akan memilih bank yang memberikan kenyamanan dalam bertransaksi.					
6.	Bertransaksi di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan tidak nyaman.					
7.	Saya akan merekomendasikan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan kepada teman saya.					
8.	Saya berminat menjadi nasabah karena prosedurnya mudah.					

## 2. Angket Pelayanan (X<sub>1</sub>)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Seluruh pegawai PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan menggunakan tanda pengenal nama dan jabatan.					
2.	Karyawan PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan berusaha melayani nasabah sebaik mungkin.					
3.	Karyawan PT. Bank Sumut Syariah Cabang padangsidempuan memperlakukan saya layaknya orang yang dihormati.					
4.	Karyawan PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan melayani nasabah tanpa pandang bulu.					
5.	Saya selalu mendapatkan penjelasan karyawan dengan baik jika saya menanyakan sesuatu.					
6.	Karyawan melayani nasabah dengan siap dan tanggap.					
7.	Komunikasi dilakukan dengan baik melalui surat-menyurat dan hubungan telepon.					
8.	Karyawan PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan bersedia membantu nasabah walaupun bukan bidangnya.					
9.	Karyawan PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan selalu menepati janji apabila berjanji dengan nasabah.					
10.	Karyawan PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidempuan memahami cara bekerja yang efisien.					

### 3. Angket Promosi (X<sub>2</sub>)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan melakukan promosi melalui brosur dan spanduk.					
2.	Iklan yang dilakukan terpercaya tanpa melihat unsur penipuan.					
3.	Iklan yang dilakukan sangat menarik.					
4.	PT. Bank Smut Syariah Cabang Padangsidempuan melakukan promosi secara bertatap muka langsung dengan nasabah dan calon nasabah.					
5.	Tidak ada promosi yang dilakukan secara bertatap muka langsung.					
6.	Promosi juga dilakukan karyawan saat nasabah melakukan transaksi di bank.					
7.	Jangkauan promosi yang dilakukan sangat luas.					
8.	PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan menjadi sponsor dalam kegiatan-kegiatan sosial.					
9.	PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan selalu hadir ke acara yang di sponsori.					
10.	Publisitas yang dilakukan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sangat luas.					

#### 4. Angket Lokasi (X<sub>3</sub>)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi bank berada di pusat perkotaan.					
2.	Lokasi bank dekat dengan pusat perbelanjaan.					
3.	Lokasi bank dekat dengan kantor pemerintahan.					
4.	Lokasi bank mudah dijangkau sehingga tidak banyak mengeluarkan biaya.					
5.	Lokasi bank dekat dengan tempat tinggal nasabah.					
6.	Tersedianya lokasi parkir yang cukup luas dan aman.					
7.	Setiap ruangan yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah ditata dengan rapi.					
8.	Kondisi setiap ruangan terlihat bersih.					
9.	Tersedianya fasilitas ruangan untuk antrian nasabah pada jam-jam sibuk.					
10.	Lokasi ATM mudah dijangkau.					

Padangsidempuan,

2021

Responden







	Sig. (2-tailed)	.617	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.055	.365**	.464**	.327**	.555**	.519**	.721**	1	.651**	.516**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.589	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	-.090	.382**	.245*	.355**	.423**	.539**	.673**	.651**	1	.729**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.371	.000	.014	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	-.060	.369**	.170	.402**	.511**	.550**	.576**	.516**	.729**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.551	.000	.091	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.208*	.578**	.504**	.655**	.753**	.793**	.810**	.806**	.769**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.038	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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





X2.7	Pearson Correlation	.145	.262**	.350**	.449**	.568**	.698**	1	.582**	.456**	.469**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.150	.009	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.108	.280**	.417**	.545**	.416**	.565**	.582**	1	.635**	.563**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.287	.005	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.176	.284**	.506**	.596**	.426**	.549**	.456**	.635**	1	.755**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.080	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.158	.261**	.471**	.551**	.561**	.581**	.469**	.563**	.755**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.117	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.299**	.488**	.625**	.749**	.746**	.808**	.763**	.765**	.790**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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



X3.7	Pearson Correlation	-.028	.333**	.429**	.428**	.469**	.613**	1	.537**	.517**	.587**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.783	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.318**	.278**	.428**	.472**	.396**	.505**	.537**	1	.612**	.627**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.9	Pearson Correlation	.216*	.313**	.412**	.497**	.455**	.432**	.517**	.612**	1	.708**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.031	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.10	Pearson Correlation	.211*	.408**	.434**	.516**	.478**	.490**	.587**	.627**	.708**	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	.035	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.373**	.527**	.629**	.688**	.697**	.738**	.744**	.781**	.770**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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



Y.7	Pearson Correlation	-.028	.333**	.429**	.428**	.469**	.613**	1	.537**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.783	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	.318**	.278**	.428**	.472**	.396**	.505**	.537**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.394**	.532**	.653**	.695**	.726**	.789**	.756**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

### Uji Reliabilitas X1 (Pelayanan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	10

### Uji Reliabilitas X2 (Promosi)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.882	10

### Uji Reliabilitas X3 (Lokasi)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha <sup>a</sup>	N of Items
.876	10

### Uji Reliabilitas Y(Peningkatan Jumlah nasabah)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.826	8

**Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.077903
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.045
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

**Hasil Uji Linearitas Peningkatan Jumlah Nasabah Terhadap Pelayanan  
ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) * Pelayanan (X1)	Between Groups	(Combined)	2088.221	27	77.342	11.069	.029
		Linearity	1779.551	1	1779.551	254.682	.090
		Deviation from Linearity	308.670	26	11.872	1.699	.041
	Within Groups		503.089	72	6.987		
	Total		2591.310	99			

**Hasil Uji Linearitas Peningkatan Jumlah Nasabah  
Terhadap Promosi  
ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) * Promosi (X2)	Betw een Grou ps	(Com bined )	2122.072	25	84.883	13.386	.000
		Linea rity	1907.981	1	1907.981	300.894	.000
		Devia tion from Linea rity	214.091	24	8.920	1.407	.134
	Within Groups		469.238	74	6.341		
	Total		2591.310	99			

**Hasil Uji Linearitas Peningkatan Jumlah Nasabah  
Terhadap Lokasi  
ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F
Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) * Lokasi (X3)	Betw een Group s	(Com bined)	2508.329	24	104.514	94.461
		Linea rity	2472.538	1	2472.538	2234.724
		Devi ation from Linear ity	35.791	23	1.556	1.406
	Within Groups		82.981	75	1.106	
	Total		2591.310	99		



**Hasil Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.834	.623		4.549	.000		
	Pelayanan (X1)	-.057	.036	-.077	-1.572	.010	.438	5.145
	Promosi (X2)	.378	.840	.440	4.472	.000	.620	5.534
	Lokasi (X3)	.731	.036	.977	2.464	.000	.203	4.928

**Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.003	.399		2.515	.014
	Pelayanan (X1)	.027	.023	.272	1.184	.239
	Promosi (X2)	-.018	.023	-.187	-.787	.433
	Lokasi (X3)	-.014	.023	-.136	-.607	.545

**Hasil Uji Parsial (Uji t)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	12.834	2.623		4.549	.000
	Pelayanan (X1)	-.057	.036	-.077	-1.572	.010
	Promosi (X2)	.378	.084	.440	4.472	.000
	Lokasi (X3)	.731	.036	.977	2.464	.000

**Hasil Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2476.284	3	825.428	68.890	.000 <sup>b</sup>
	Residual	115.026	96	1.198		
	Total	2591.310	99			

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.475 <sup>a</sup>	.225	.206	2.531

**Uji Analisis Regresi Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.834	2.623		4.549	.000
	Pelayanan (X1)	-.057	.036	-.077	-1.572	.010
	Promosi (X2)	.378	.084	.440	4.472	.000
	Lokasi (X3)	.731	.036	.977	2.464	.000



**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 : 976 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2021  
Lampiran : -  
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

20 April 2021

Yth. Bapak/Ibu:

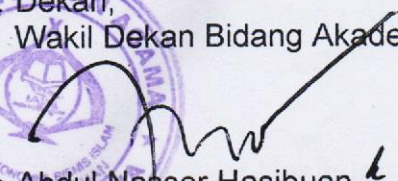
1. Delima Sari Lubis : Pembimbing I
2. Aliman Syahuri Zein : Pembimbing II

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

Nama : Manna Ida Siregar  
NIM : 1740100203  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Determinan Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan

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 : 969 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/04/2021  
Hal : **Mohon Izin Pra Riset**

20 April 2021

**Yth. Branch Manager PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan**

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

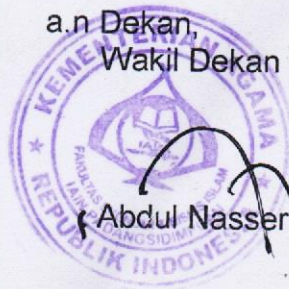
Nama : Manna Ida Siregar  
NIM : 1740100203  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Determinan Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan".

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.

a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



Lampiran : -

Kepada Yth,  
**Wakil Dekan Bidang Akademik,**  
**IAIN Padangsidimpuan**  
**Jl. Tengku Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang**  
Di -  
Padangsidimpuan

**H a l : Keterangan Izin Riset**

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Sehubungan dengan surat Bapak No. 1953/In.14/G.1/G.4c/TL.00/08/2021 tanggal 31 Agustus 2021 perihal **Mohon Izin Riset**, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan Izin Riset atas nama Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan dengan data data dibawah ini :
  - a. Nama : Manna Ida Siregar
  - b. NIM : 1740100203
  - c. Semester : XI (Sembilan)
  - d. Jurusan : Perbankan Syariah
  - e. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

Disetujui untuk melaksanakan riset di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yang dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

2. Selama Riset, mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan serta menjaga rahasia Bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank SUMUT dilingkungannya.
3. Setelah mahasiswa selesai dalam penulisan Skripsi, Mahasiswa tersebut diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,  
PT. Bank SUMUT  
KCSy Padangsidimpuan



**EKA HERRY ASMADHI**  
Pemimpin Cabang

CC : - .Pertinggal





## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama : Manna Ida Siregar  
Nim : 17 401 00203  
Tempat/Tanggal Lahir : Hutapadang, 09 Mei 1999  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Anak ke : 1 dari 4 bersaudara  
Alamat Lengkap : Desa Joring Natobang, Kota Padangsidimpuan,  
Kecamatan Padangsidimpuan Angkola Julu.  
Telepon/No. HP : 0822-7253-7037  
Email : mannasiregar099@gmail.com

### **LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Tahun 2005-2011 : SD Negeri 200401 Joring Natobang  
Tahun 2012-2014 : MTsN 1 Model Padangsidimpuan  
Tahun 2015-2017 : MAN 1 Padangsidimpuan  
Tahun 2017-2021 : Program S1 Perbankan Syariah, Institut Agama Islam  
Negeri (IAIN) Padangsidimpuan



BUKTI DOKUMENTASI PENYEBARAN KUESIONER









