

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMBUKA PRODUK TABUNGAN MARHAMAH
(Studi Kasus PT.Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Kota Tebing Tinggi)**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

WINDI SYAHPITRI

NIM. 0503162216



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

2021 M/1442 H

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMBUKA PRODUK TABUNGAN MARHAMAH
(Studi Kasus PT.Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Kota Tebing Tinggi)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Disusun Oleh :

WINDI SYAHPITRI

NIM. 0503162216

Program Studi

PERBANKAN SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

2021 M/1442 H

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Windi Syahpitri
NIM : 0503162216
Tempat Tanggal Lahir : Tebing Tinggi 31 Januari 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jalan Mutiara Lk. II Kelurahan Tambangan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “ **PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMBUKA PRODUK TABUNGAN MARHAMAH (Studi Kasus Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi)**” benar karya asli saya, kecuali kutipan kutipan yang disebutkan. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, menjadi tanggung jawab saya.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 17 Maret 2021

Yang membuat pernyataan



Windi Syahpitri

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMBUKA PRODUK TABUNGAN MARHAMAH
(Studi Kasus Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi)**

Oleh:

Windi Syahpitri

NIM: 0503162216

Dapat Disetujui Sebagai salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Perbankan Syariah

Medan, 17 Maret 2021

Pembimbing I



Dr. Zuhrinal M. Nawawi, MA

NIDN. 2112018501

Pembimbing II



Imsar, M.Si

NIDN. 2003038701

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Tuti Anggaraini, MA

NIDN. 2031057701

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMBUKA PRODUK TABUNGAN MARHAMAH STUDI KASUS PT. BANK SUMUT KC TEBING TINGGI” an. Windi Syahpitri, NIM. 0503162216, Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 03 Juni 2021. Skripsi ini telah diterima untuk rmemenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 7 Juni 2021

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Prodi Perbankan Syariah

Ketua



Dr. Tuti Anggraini, MA
NIDN. 2031057701

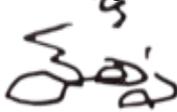
Sekretaris



Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, M.E.I
NIDN. 2026048901

Anggota

Pembimbing I



Dr. Zuhrnal M. Nawawi, MA
NIDN. 2112018501

Pembimbing II



Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701

Penguji I



Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN. 2023047602

Penguji II



Muhammad Syahbudi, MA
NIDN. 2013048403

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara Medan



Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN. 2023047602

ABSTRAK

Skripsi berjudul “**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMBUKA PRODUK TABUNGAN MARHAMAH (Studi Kasus PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi)**”. Atas nama Windi Syahpitri. Di bawah bimbingan Bapak **Dr. ZUHRINAL M NAWAWI, MA** , sebagai Pembimbing I dan Bapak **IMSAR, M. Si** sebagai Pembimbing II.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi Sampel dalam penelitian ini sebanyak 46 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Slovin Sample* dengan pengukuran *skala likert*. Data diproses melalui *program spss versi 20.0* dengan teknis analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi. Dari hasil uji t membuktikan bahwa secara parsial variabel fasilitas, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi Kemudian dari hasil uji f membuktikan bahwa fasilitas dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi dengan nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel yaitu $(40,981 > 2,82)$ dengan nilai signifikansi $(0,002 < 0,05)$. Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa fasilitas dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi. Selain itu variabel fasilitas merupakan variabel yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi.

Kata Kunci: *Fasilitas, Pelayanan, dan Keputusan Nasabah*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberi limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Rasa syukur kepada-Nya atas karunia dan memberikan penulis kesehatan, kekuatan, dan semangat yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah Studi Kasus Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi”**. Serta shalawat dan salam penulis ucapkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, teladan terbaik bagi manusia sepanjang zaman.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Pada kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terima kasih yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini kepada:

1. **Allah SWT** yang telah memberikan saya kesehatan, semangat, dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
2. Bapak **Ahmad Suhedi** dan Ibunda **Dewi Anggriani** yang telah memberikan dukungan baik melalui doa, nasihat, semangat yang luar biasa maupun materil yang tak terhingga jumlahnya hingga saat ini.
3. Adik tersayang **Andini** yang telah memberikan doa, nasihat, dan semangat yang luar biasa kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak **Prof Dr. Syahrin Harahap, M.A** selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak **Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag** selaku Dekan Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

6. Ibu **Dr. Tuti Anggraini, M. Ag** selaku Ketua Jurusan Program S1 Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara.
7. Bapak **M Lathief Ilhamy, M.E.I** selaku Sekretaris Jurusan Program S1 Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara
8. Ibu **Tri Inda Fadillah Rahma, ME.I**, selaku Pembimbing Akademik
9. Bapak **Dr. Zuhrial M. Nawawi, MA** selaku dosen Pembimbing I skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan serta saran-saran dari awal penyusunan skripsi sampai dengan selesai.
10. Bapak **Imsar, M.Si** selaku dosen Pembimbing II skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan serta saran-saran dari awal penyusunan skripsi sampai dengan selesai.
11. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
12. PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi beserta jajarannya yang telah bersedia membantu saya untuk melaksanakan penelitian.
13. Untuk **Devi Ayu Lestari Hasibuan, Soraya Andina Lubis, dan Reza Novrianto**, yang seperti keluarga sendiri dan sahabat seperjuangan yang telah banyak memberikan semangat , serta berusaha selalu menemani saya baik duka maupun suka selama ini begitupun dukungan doa dalam mengerjakan skripsi ini.
14. Teman- teman seperjuangan **Perbankan Syariah - D 2016** yang telah berjuang bersama dan saling memberikan semangat dan bantuan satu sama lain.
15. Terima kasih kepada seluruh teman dan sahabat serta pihak- pihak lain yang tidak dapat dituliskan satu persatu, yang selalu mendukung, mendo'akan serta membantu saya selama proses penyelesaian skripsi ini.

Tiada kata yang lebih indah selain ucapan terima kasih, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak/Ibu dan sahabat yang telah membantu dan mendukung penulis. Semoga yang diberikan menjadi amal shalih. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna demi kesempurnaan penelitian ini dan penelitian selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua.

Tebing Tinggi, Maret 2020

Penulis

Windi Syahpitri

NIM. 0503162216

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Perumusan Masalah.....	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Keputusan Pembelian	11
1. Pengertian Keputusan Pembelian	11
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	11
3. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan	13
B. Fasilitas	14
1. Pengertian Fasilitas	14
2. Faktor-Faktor Fasilitas	16
C. Pelayanan.....	17

1. Pengertian Pelayanan.....	17
2. Konsep Kualitas Pelayanan.....	18
3. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik.....	20
4. Pelayanan Dalam Ekonomi Islam	21
D. Penelitian Terdahulu.....	23
E. Kerangka Teoritis	25
F. Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
C. Populasi dan Sampel	29
D. Data Penelitian	30
E. Teknik Pengumpulan Data	30
F. Defenisi Operasional	31
G. Teknik Analisa Data.....	34
1. Uji Kualitas Data	34
a. Uji Validasi.....	34
b. Uji Reliabilitas.....	35
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3. Uji Asumsi Klasik	36
a. Uji Normalitas	36
b. Uji Multikolinieritas.....	36
c. Uji Heteroskedastisitas	36
4. Uji Hipotesis.....	37

a. Uji t (Uji Parsial).....	37
b. Uji F (Uji Simultan)	37
c. Analisis Koefisien Determinan (R^2)	38

BAB IV TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
1. Sejarah Singkat perusahaan	39
2. Makna dari Logo PT. Bank SUMUT Syariah.....	41
3. Visi dan Misi PT. Bank SUMUT Syariah	42
4. Statement Budaya Pada Perusahaan PT. Bank SUMUT	43
5. Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi ..	44
B. Deskripsi Data Penelitian.....	44
1. Deskripsi Responden	45
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	47
C. Uji Persyaratan Analisis.....	52
1. Analisis Deskriptif.....	52
2. Uji Kualitas Data	53
D. Uji Asumsi Klasik	55
1. Uji Normalitas	55
2. Uji Multikolinearitas.....	57
E. Analisis Regresi Linear Berganda	59
F. Uji Hipotesis.....	60
1. Uji Parsial (Uji t)	60
2. Uji Simultan (Uji-f)	62
3. Uji Koefisien Determinansi (R^2)	63
G. Interpretasi Hasil Penelitian	63

1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi	64
2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi.....	65
3. Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi.....	66

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA.....69

LAMPIRAN xiii

DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
1	Laporan Jumlah Nasabah Dana Pihak Ketiga Bank Sumut KCS Tebing Tinggi Tahun 2019	3
2	Pedoman Pemberian Skor	31
3	Variabel dan Indikator Penelitian	32
4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	47
8	Skor Kuesioner untuk Variabel Fasilitas (X_1)	48
9	Skor Kuesioner untuk Variabel Pelayanan (X_2).....	49
10	Skor Kuesioner untuk Variabel Keputusan Nasabah (Y).....	51
11	Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	52
12	Uji Validitas Terhadap Butir-Butir Pertanyaan Kuesioner.....	53
13	Hasil Uji Reliabilitas	54
14	Hasil Uji Normalitas.....	55
15	Hasil Uji Multikolinearitas	57
16	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
17	Hasil Uji t	61
18	Hasil Uji f	62
19	Hasil Uji Koefisien Determinansi (R^2).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
1	Kerangka Berfikir.....	25
2	Logo PT. Bank SUMUT Syariah.....	41
3	Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi	44
4	Hasil Uji Histogram	56
5	Hasil Uji P-P Plot.....	56
6	Hasil Uji Heterokedastisitas	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengertian bank menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Perbankan memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara. Perbankan, khususnya bank umum merupakan inti sistem keuangan setiap Negara. Fungsi untuk mencari dan selanjutnya menghimpun dana dalam bentuk simpanan sangat menentukan pertumbuhan suatu bank, sebab volume dana yang berhasil dihimpun atau disimpan tentunya akan menentukan pula volume dana yang dapat dikembangkan oleh bank tersebut dalam penanaman dana yang menghasilkan.¹

Harta dalam Islam ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan hidup bagi diri sendiri, anggota keluarga yang menjadi tanggungan, dan anggota masyarakat keseluruhannya. Harta dapat dibelanjakan atau digunakan untuk keperluan atau diinvestasikan untuk pengembangan harta, atau ditabung untuk kegunaan masa mendatang².

Menabung merupakan aktivitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang. Perilaku menabung biasanya didahului dengan adanya keinginan terlebih dahulu dari orang yang akan menabung. Menabung memerlukan niat dan perencanaan agar dapat terlaksana dengan baik. Menabung juga tindakan yang diajarkan dalam Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik. Seperti dalam QS Al-Baqarah (2): 266 :

¹ Tuti Anggraini, dkk., *Lembaga Keuangan Syariah dan Dinamika Sosial*, (Medan: Febi Uin-Su Press, 2015) h. 1.

² Azhari Akmal Tarigan, *Penghantar Teologi Ekonomi*, (Medan, Febi UIN-SU Press, 2014), h. 166

أَبَوْدُ أَحَدِكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّنْ نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضِعْفَاءُ فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya : Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungaisungai; dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil (lemah). Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya. (QS. Al-Baqarah: 266)³ Ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/takwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaannya adalah dengan menabung.⁴

Sebelum seorang individu memutuskan untuk menabung di bank, terlebih dahulu dipertimbangkan apa tujuan dan manfaat dari menabung. Selanjutnya mulai mengumpulkan informasi tentang bank apa yang cocok dengan dengan kebutuhan maupun selernya. Setelah itu dilakukan kegiatan mencari dan menilai jenis tabungan yang dibutuhkan, baru kemudian memutuskan untuk memakai tabungan tersebut. Sehingga dapat dikatakan untuk merealisasikan aktivitas menabung, diperlukan sebuah kemauan atau niat serta perencanaan untuk melakukannya.

Pada dasarnya setiap manusia menggunakan suatu produk pasti mempertimbangkan beberapa hal yang dapat dijadikan patokan dalam memilih produk tersebut. Dari proses pemilihan tersebut maka akan timbul keputusan untuk membeli dan menggunakan suatu produk. Keputusan konsumen merupakan hal yang sangat penting karena dari hal itulah keberhasilan atau kegagalan dari proses pemasaran (*marketing*). Salah satu produk yang ditawarkan oleh Perbankan Syariah adalah dengan menggunakan akad *mudharabah*.⁵ Simpanan *mudharabah*

³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Fadhilah Terjemah & Transliterasi Latin*, (Bandung: Sygma, 2011), h. 45

⁴ M.Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani) h. 155

⁵ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), h. 109

merupakan salah satu produk penghimpunan dana pihak ketiga (DPK) dalam Perbankan Syariah. Jenis simpanan dalam *mudharabah* terdiri dari tiga bentuk, yakni tabungan, deposito, dan giro *mudharabah*.

Salah satu bank syariah yang mengeluarkan produk tabungan *mudharabah* adalah Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi. Tabungan *mudharabah* dalam Bank Sumut Syariah adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu. Berdasarkan prinsip *Mudharabah Mutlaqah* Investasi yang dilakukan oleh Nasabah (sebagai pemilik dana/*Shohibul maal*) dan Bank (sebagai pengelola dana /*Mudharib*).

Produk tabungan yang ditawarkan Perbankan Syariah umumnya menggunakan akad *wadiah* (titipan), Bank Sumut Syariah mencoba memunculkan produk tabungan *mudharabah* karena adanya tuntutan masyarakat terutama pelaku bisnis akan kebutuhan investasi melalui produk tabungan sehingga dipandang perlu untuk menawarkan suatu produk investasi berupa tabungan yang memberikan bagi hasil yang dinamakan tabungan *Marhamah* (martabe bagi hasil *mudharabah*). Tabungan *Marhamah* merupakan produk penghimpunan dana yang dalam pengelolaannya prinsip *Mudharabah Mutlaqah*, yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana (*shahibul mal*) dan bank sebagai pihak yang bebas tanpa pembatasan dari pemilik dana menyalurkan dana tersebut dalam bentuk pembiayaan kepada usaha-usaha yang menguntungkan dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Atas keuntungan yang didapat dari penyaluran dana, bank memberikan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.

Tabel 1.1
Laporan Jumlah Nasabah Dana Pihak Ketiga
Periode Januari-Desember Tahun 2019

Nasabah	Tab Marwah Wadiah	Tab Makbul	Tab IB Makbul	Tab Marhamah	Tab IB Rencana	Tab Simpel IB	Tab Mudharabah BSS Ceria	Tab IB Prioritas	Total
Jan-19	5712	596	3543	6967	23	247	13	1	17221
Feb-19	5716	593	3585	6935	23	246	12	1	17111
Mar-19	5736	591	3647	6920	23	246	11	1	17175
Apr-19	5753	591	3715	6900	22	246	10	1	17238

May-19	5789	585	3758	6884	21	245	10	2	17294
Jun-19	5811	585	3820	6865	19	246	10	2	17358
Jul-19	5885	583	3977	6862	10	246	10	3	17576
Aug-19	5917	582	4145	6856	9	257	6	3	17775
Sep-19	5953	532	4260	6861	7	257	3	3	17876
Oct-19	5966	522	4339	6875	6	257	2	3	17970
Nov-19	6001	520	4417	6883	5	257	1	3	18087
Dec-19	6009	513	4493	6876	5	257	1	3	18157

Sumber: PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi

Tabel diatas adalah daftar jumlah nasabah dana pihak ketiga periode Januari-Desember tahun 2019. Berdasarkan tabel diatas, jumlah nasabah tabungan Marhamah mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Ada beberapa kemungkinan yang menyebabkan jumlah nasabah tabungan Marhamah berfluktuatif dan tidak stabil, seperti fasilitas yang kurang memadai dan pelayanan yang kurang di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi ini.

Tabungan memegang peranan penting dalam kehidupan individu maupun masyarakat. Secara mikro tabungan berperan menjaga tingkat konsumsi dimasa yang akan datang bahkan di sepanjang waktu. Dalam rangka memperoleh tingkat kemakmuran sepanjang hidup, sedangkan secara makro tabungan merupakan sumber investasi guna mendorong pertumbuhan ekonomi untuk mencapai realitas cita-cita masyarakat yang sejahtera, berkemakmuran dan berkeadilan. Untuk menarik minat nasabah faktor utama yang harus diperhatikan yaitu kepuasan nasabah. Untuk terus menjaga kepuasan nasabah salah satu cara yang harus dibenahi oleh bank yaitu kualitas baik itu dari segi fasilitas terutama fasilitas perbankan itu sendiri yang sangat dibutuhkan oleh nasabah dalam rangka memberikan kemudahan dalam bertransaksi, mulai dari sarana transfer antar rekening, tarik tunai lewat ATM (Anjungan Tunai Mandiri), kelengkapan ruang tunggu, fasilitas pendukung untuk transaksi.⁶

Keputusan adalah semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada.⁷ Sebelum terjadinya penggunaan terhadap sebuah jasa, seringkali seorang nasabah menerima informasi yang berkaitan dengan jasa

⁶ Wiji Nurastuti, *Tekhnologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h.110

⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013), h.121

dan lembaga yang menyediakan jasa tersebut. Informasi tersebut dapat berupa kesan nasabah yang telah menggunakan produk yang sama terhadap citranya, atau berita yang disampaikan oleh pihak yang menyediakan produk tersebut. Bagi sebagian orang, informasi tersebut kadangkala tidak mempengaruhi penggunaannya, tetapi bagi sebagian yang lain informasi tersebut menjadi hal yang sangat berharga untuk dipertimbangkan.

Untuk dapat meningkatkan layanan yang baik dari segi fasilitas dan pelayanan Perbankan Syariah harus memiliki tata kelola yang baik. Dengan tata kelola yang baik diharapkan Perbankan Syariah dapat bekerja secara efisien dengan tetap menjaga kualitas layanannya serta mampu menjawab kebutuhan layanan lembaga keuangan yang diperlukan. Oleh karena itu Perbankan Syariah berusaha untuk menjadi suatu lembaga keuangan yang sesuai dengan harapan nasabahnya untuk memenuhi kebutuhan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain faktor fasilitas, yang tidak kalah penting adalah dari faktor kualitas pelayanan. Perusahaan jasa tidak dapat terlepas dari sektor pelayanan. Setiap perusahaan memerlukan *service excellence*, yang dimaksud dengan *service excellence* atau pelayanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan, secara garis besar ada empat unsur pokok dalam konsep ini yaitu, kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan.⁸ Maka dari itu empat konsep tersebut diharapkan dapat menimbulkan rasa puas untuk nasabah dan loyalitas yang besar dari nasabah.

Bank Sumut Syariah tidak serta merta berhasil dalam menciptakan pelayanan yang baik dan memuaskan nasabah. Masih adanya keluhan dari nasabah tentang pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Kurang cepatnya tanggapan pegawai terhadap keluhan yang datang dari nasabah atas pelayanan yang kurang baik dan akhirnya nasabah menjadi kecewa atas pelayanan yang dirasakan. Hal ini dikarenakan minimnya pegawai yang melayanin nasabah ketika ingin menabung sehingga mengakibatkan banyaknya antrian pada Bank Sumut Syariah. Adapun kendala yang sering terjadi pada mesin ATM yang mengalami gangguan signal/macet sehingga nasabah sulit melakukan berbagai transaksi

⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), h. 58

mencerminkan fasilitas yang disediakan bank belum memuaskan kebutuhan nasabah.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, kepada tiga orang nasabah Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi bahwa salah satu dari mereka yaitu Bapak Faisal yang berprofesi sebagai guru disalah satu SMA Negeri 2 Tebing Tinggi mengatakan bahwa ia sangat kecewa dengan fasilitas dan pelayanan yang ada di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi. Bapak Faisal mengatakan kejadian bermula saat ia hendak membuka rekening jenis tabungan marhamah di Bank tersebut. Namun ternyata pihak Customer Service memberitahukan kepada nasabah bahwa fasilitas ATM untuk produk tabungan Marhamah stoknya telah habis. Pihak Customer service awalnya memberitahukan kepada Bapak Faisal bahwa kartu ATM nya bisa diambil sekitar dua minggu atau tiga minggu kemudian. Tetapi setelah menunggu waktu yang telah ditentukan Bapak Faisal juga tidak kunjung mendapatkan kartu ATM nya. Bank beralasan mereka telah memesan kartu ATM namun belum ada jawaban kapan kartu ATM tersebut bisa diambil oleh pihak Bank. Menurut Bapak Faisal ia sangat membutuhkan fasilitas kartu ATM tersebut karena dengan adanya kartu ATM ia dengan mudah untuk melakukan berbagai macam jenis transaksi seperti penarikan atau transfer.⁹

Pelayanan yang diberikan juga memberikan komplain dan kritikan dari Bapak Faisal, karena untuk membuka rekening baru ia harus menunggu selama satu jam karena lambatnya pihak *Customer service* dalam melayani nasabah. Dikarenakan jumlah karyawan yang masih minim di bagian *Customer Service* yang hanya berjumlah 1 orang. Sedangkan nasabah cukup banyak setiap harinya, terkhusus nasabah yang ingin membuka produk tabungan haji. Sehingga pelayanan *Customer Service* yang hanya satu orang kurang memadai untuk memenuhi pelayanan nasabah yang cukup banyak. Karyawan yang masih minim juga terdapat di bagian *Teller* yang hanya berjumlah 1 orang. Jika nasabah ramai maka kemungkinan antrian yang terjadi akan cukup lama. Apalagi fasilitas kursi yang tersedia tidak cukup banyak sehingga membuat beberapa nasabah harus berdiri diruangan untuk menunggu giliran. Terkadang koneksi jaringan yang

⁹ Faisal, Nasabah Bank Sumut KCS Tebing Tinggi, wawancara di Tebing Tinggi, tanggal 8 Juni 2020

sering error yang membuat karyawan sulit untuk *login* ke akun masing-masing yang membuat aktifitas transaksi nasabah tidak bisa berjalan dengan lancar dan terkadang nasabah harus menunggu lama sampai *server* kembali normal. Kurang cepatnya tanggapan pegawai terhadap keluhan yang datang dari nasabah atas pelayanan yang kurang baik dan akhirnya nasabah menjadi kecewa atas pelayanan yang dirasakan. Hal ini dikarenakan minimnya pegawai yang melayani nasabah ketika ingin menabung sehingga mengakibatkan banyaknya antrian pada Bank.

Minimnya informasi dan pemahaman masyarakat tentang bank dan kurangnya kepercayaan masyarakat dalam menabung di Bank Sumut Syariah dikarenakan kurangnya sosialisasi mengenai produk maupun fasilitas yang ada di Bank Sumut Syariah tersebut. Dan masyarakat di pedesaan kecil juga takut akan ancaman banyaknya penipuan-penipuan dan kejahatan-kejahatan yang diberikan melalui via sms maupun media sosial. Dan banyaknya penipuan-penipuan hadiah membuat masyarakat menjadi trauma terhadap Bank. Masyarakat lebih suka menyimpan uangnya dibawah kasur dan lemari dikarenakan lebih mudah dan cepat bila dibutuhkan. Mereka lebih memilih menginvestasikan uangnya ke rumah, sawah, daripada berurusan di Bank. Saat membuka rekening juga dipersulit dengan harus memberikan NPWP untuk persyaratan menabung di Bank Sumut Syariah. Sedangkan sebagian besar masyarakat tidak memiliki NPWP. Jarak, kejahatan, pembobolan kartu ATM, sulitnya untuk membuka kartu rekening, dan masih kurangnya pemahaman masyarakat menjadi penyebab utama mereka enggan untuk menabungkan uangnya di Bank.

Seiring dengan perkembangan permintaan fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh pihak Perbankan Syariah mengakibatkan masyarakat khususnya para nasabah juga semakin kritis membandingkan fasilitas dan pelayanan yang ada di Perbankan Syariah, khususnya di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi. Meskipun Perbankan Syariah secara umum memiliki aturan dan prosedur yang telah ditetapkan namun masing-masing Bank Syariah tidak boleh melalaikan fasilitas dan pelayanan mereka. Meningkatkan fasilitas dan pelayanan Perbankan Syariah harus tetap dilakukan agar memperoleh citra yang baik dimata masyarakat, jangan sampai nasabah enggan datang karena merasa tidak puas terhadap fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Syariah tersebut.

Pada akhirnya pengaruh fasilitas dan pelayanan Bank Syariah berpengaruh besar terhadap tingkat keputusan nasabah dalam memilih suatu produk yang ada di Bank tersebut. Maka dari itulah penulis melakukan penelitian dan mengambil judul tentang **“Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah Studi Kasus Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Minimnya fasilitas yang disediakan oleh Bank Sumut KC syariah Tebing Tinggi.
2. Kurangnya pelayanan yang diberikan oleh Bank Sumut KC syariah Tebing Tinggi seperti tenaga pelayanan yang kurang senyum saat melayani dan kurangnya tegur sapa kepada nasabah
3. Kurangnya informasi tentang event-event produk untuk menarik nasabah pada Bank Sumut KC syariah Tebing Tinggi
4. Lambatnya koneksi jaringan yang tersedia di Bank Sumut KC syariah Tebing Tinggi

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang mengakibatkan tidak tepatnya sasaran yang diharapkan, maka fokus dari penelitian ini adalah:

1. Objek dalam penelitian ini adalah para nasabah yang ada di Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi.
2. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah fasilitas, pelayanan dan keputusan nasabah.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka permasalahan yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi?
3. Apakah fasilitas dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Fasilitas dan Pelayanan secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi.

2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

a. Bagi Peneliti

Bagi peneliti dapat memberikan khasanah keilmuan dan dapat memperdalam pengetahuan, khususnya tentang pengaruh fasilitas dan pelayanan bank syariah.

b. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Fakultas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk akademik bagi peneliti sendiri dan bagi pihak fakultas dan diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk peneliti lebih lanjut.

c. Bagi Perbankan

Semoga untuk lebih mengetahui sampai sejauh mana pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi.

d. Untuk Penelitian yang akan datang

Semoga bisa menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya terutama yang berminat untuk mengkaji tentang pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi dalam ruang lingkup yang berbeda.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut *Kotler & Armstrong* Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Keputusan Konsumen adalah suatu tindakan konsumen untuk membentuk referensi diantara produk-produk dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai.¹⁰ Pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi suatu keinginan dan kebutuhan. Perilaku konsumen menjadi hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Adapun hal-hal tersebut adalah proses dan aktivitas ketika seseorang (konsumen) berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.¹¹

Dari beberapa pengertian keputusan pembelian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang akan menentukan dibeli atau tidaknya pembelian tersebut yang diawali dengan kesadaran atas pemenuhan atau keinginan.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Keputusan konsumen untuk menentukan pilihan membeli ataupun tidak terhadap suatu barang dapat juga dipengaruhi oleh:

¹⁰ Philip Khotler, *Manajemen Pemasaran edisi 9*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2000), h.204

¹¹ Boyd L Walker, *Manajemen Pemasaran, Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 1997) , h. 123.

a. Faktor Budaya

Kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Menurut Arnolds & Thompson, Kebudayaan merupakan faktor paling utama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian.

Menurut *Anoraga* Budaya adalah sekelompok nilai-nilai sosial yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol. Setiap budaya terdiri dari sub-sub budaya yang lebih kecil yang menyediakan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik bagi anggota-anggotanya. Sub budaya meliputi kebangsaan, agama, ras dan daerah geografis.

Menurut *Anoraga* Faktor budaya adalah kebiasaan suatu masyarakat dalam menanggapi sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, yang bisa dimulai dari mereka menerima informasi, posisi sosial mereka dalam masyarakat, dan pengetahuan mereka tentang apa yang mereka rasakan.¹²

b. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terusmenerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan suatu cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi.

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dan mengambil tindakan.

¹² Supriyono, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis terhadap Keputusan Konsumen Membeli di Indomaret". *Jurnal Kelola*, Vol. 2 No. 3 2015 h. 46

3. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler dan Keller proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian. Secara rinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:¹³

a. Pengenalan Masalah

Pertama proses membeli atau mengkonsumsi dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Setiap pembeli memiliki masalah dan kebutuhan yang berbeda-beda sehingga membuat hal tersebut dapat membedakan pengambilan keputusan pada setiap konsumen. Dengan demikian para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.

b. Pencarian Informasi

Setelah pengenalan masalah atau kebutuhan yang dihadapinya, konsumen akan mencari informasi lebih lanjut atau mungkin tidak, pencarian informasi lebih lanjut berguna untuk konsumen mengetahui produk yang akan dipakai. Pencarian informasi dapat dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan cara membeli atau mengkonsumsi produk tersebut. Konsumen akan mencari informasi dengan cara mencari informasi dari luar atau bisa diketahui lewat media cetak ataupun online.

c. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif ini merupakan proses mengevaluasi pilihan produk serta merek dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan para konsumen. Pada proses evaluasi alternatif, konsumen akan membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang akan dihadapinya.

d. Keputusan Membeli

Tahap akhir dalam pengambilan keputusan konsumen membentuk pilihan diantara merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. Konsumen mungkin akan memilih atau membeli merek yang paling disukai. Ada dua faktor dapat

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi kedua belas jilid 1* (Jakarta: PT Indeks, 2009), h.235

mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor pertama yaitu sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternatif pilihan seseorang akan bergantung pada dua hal: intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen, dan motivasi atau dorongan konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Tujuan pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan atau situasi yang tidak diharapkan, konsumen dapat membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-faktor keadaan yang tidak diharapkan mungkin timbul dan akan mengubah tujuan membeli.

e. Perilaku Sesudah Membeli

Tugas pemasar belum selesai setelah produk dibeli atau jasa yang digunakan oleh konsumen. Setelah memakai suatu produk atau jasa, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Artinya setelah melakukan pemakaian produk atau jasa konsumen akan menilai apakah produk tersebut memuaskan kebutuhan dengan baik atau tidak, jika konsumen merasa terpuaskan maka kemungkinan besar konsumen akan memakai kembali produk yang mereka pilih, namun jika konsumen tidak merasa puas kemungkinan besar konsumen akan berpindah ke produk lain yang dianggap lebih mampu dan dapat memenuhi kebutuhannya.

B. Fasilitas

1. Pengertian Fasilitas

Sebelumnya, usaha adalah kegiatan yang dilakukan secara tetap dan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah dalam suatu Negara.¹⁴ Agar kegiatan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dapat tercapai perlu diimbangi dengan sarana yang memudahkan kegiatan atau usaha

¹⁴ Imsar, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan, Jurnal FEBI UIN-SU* (2018), h. 6

tersebut. Sarana tersebut bisa disebut juga dengan fasilitas. Fasilitas menurut *KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)* adalah sebuah kemudahan atau sarana untuk melancarkan fungsi untuk suatu kepentingan.¹⁵

Fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi.¹⁶

Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk, karena suatu perusahaan jasa harus memiliki mesin-mesin produksi, alat-alat kantor dan tenaga kerja. Mengingat pentingnya fasilitas ini perusahaan rela mengeluarkan modal yang besar untuk membeli peralatan atau mesin-mesin canggih yang harganya mahal asalkan perusahaan bisa berproduksi secara optimal.

Demikian halnya dengan fasilitas yang diberikan dalam suatu produk Perbankan, fasilitas yang diberikan pihak Bank semakin beragam semuanya memberikan kemudahan yang diberikan oleh pihak Bank, misalnya fasilitas ATM, pembayaran telepon, listrik serta fasilitas lainnya.

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi. Adapun tujuan pengelolaan fasilitas adalah sebagai berikut:

¹⁵ Pusat Bahasa, *KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007) h.314

¹⁶ Rhenald Kasali, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero TBK di Sampit)" dalam *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3 No. 1, 2017, h. 60

- a. Mengupayakan pengadaan sarana prasarana melalui sistem perencanaan secara hati-hati dan seksama.
- b. Mengupayakan pemakaian sarana dan prasarana secara tepat dan efisien
- c. Mengupayakan pemeliharaan sarana dan pra sarana agar siap pakai apabila diperlukan.
- d. Membantu personil dalam memberi layanan secara profesional dalam bidang sarana dan pra sarana.

2. Faktor-Faktor Fasilitas

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam fasilitas jasa antara lain:

a. Sifat dan Tujuan Organisasi Jasa

Sifat suatu jasa sering kali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Misalnya desain Bank Syariah perlu mempertimbangkan *ventilasi* yang memadai, ruang tunggu nasabah yang nyaman seperti dilengkapi tv, tersedia tempat untuk duduk.

b. Ketersediaan Tanah

Setiap perusahaan jasa yang membutuhkan tanah untuk mendirikan lokasi fasilitasnya perlu memperhatikan kemampuan *finansialnya*, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah, dan lain-lain.

c. Fleksibilitas

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berubah, dan apabila spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga risiko keuangan menjadi besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan mudah dan memperhitungkan pada kemungkinan perkembangan dimasa yang akan datang.

d. Faktor Estetis

Fasilitas jasa yang tertata secara rapi, menarik dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa.

e. Masyarakat dan Lingkungan Sekitar

Masyarakat terutama pemerhati masalah sosial, lingkungan hidup dan lingkungan di sekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan.

f. Biaya Kontribusi dan Operasi

Kedua jenis biaya ini berpengaruh desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang digunakan.

C. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Pelayanan (jasa) juga diartikan sebagai setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.¹⁷

Pelayanan adalah suatu atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen atau pelanggan dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan masalah konsumen atau pelanggan.¹⁸

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan atau memberi kepuasan kepada pelanggan. Pelayanan adalah sebuah produk yang ditawarkan dan disampaikan kepada pelanggan yang

¹⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Ed.12 Jilid 2*, (Jakarta: Indeks, 2007), h.42

¹⁸ Ratmianto, dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h. 6

membutuhkan secara luas mencakup baik yang kelihatan (*tangibles*) maupun yang tidak kelihatan (*intangibles*).¹⁹

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan demi tercapainya kepuasan pada pelanggan itu sendiri. Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah cara melayani, membantu menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan kebutuhan seseorang atau sekelompok orang.

Standar pelayanan perbankan sangat penting mengingat industri Perbankan semakin meningkat dan kompleks, serta membutuhkan standar penampilan, layanan, pengetahuan, dan keterampilan mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank. Secara umum standar pelayanan Perbankan yang harus dipenuhi, meliputi:

- a. Standar penampilan petugas perbankan.
- b. Standar kebersihan dan kerapian ruang kerja.
- c. Pengetahuan mengenai produk dan jasa perbankan.
- d. Standar berkomunikasi dengan nasabah.
- e. Standar penanganan keluhan nasabah.²⁰

2. Konsep Kualitas Pelayanan

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai macam penafsiran, karena kualitas memiliki sejumlah level: *Universal* (sama di manapun), *Kultural* (tergantung sistem nilai budaya), *Sosial* (dibentuk oleh kelas sosial ekonomi, kelompok etnis, keluarga, teman), dan *Personal* (tergantung persepsi atau selera setiap individu).

Secara sederhana kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). Kualitas

¹⁹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2002), h.6.

²⁰ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), h.190

mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan.²¹

Pelanggan adalah raja. Mereka harus didahulukan dan dilayani sebaik-baiknya. Mereka harus dijaga loyalitasnya karena mati hidupnya organisasi jasa dan organisasi bisnis tergantung dari kepercayaan pelanggan.²²

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.²³

Parasuraman, Zeithaml. & Berri dalam *journal of Marketing* mengemukakan ukuran kualitas pelayanan dalam dimensi sebagai berikut:

- a. Keandalan (*reliability*), yakni mencakup konsistensi kinerja dan keandalan dalam pelayanan, akurat, benar, dan tepat.
- b. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan dan kesiapan para pegawai dalam menyediakan pelayanan dengan tepat waktu.
- c. Kompeten (*competence*), yaitu keahlian dan pengetahuan dalam memberikan pelayanan.
- d. Akses (*access*), yaitu sejauh mana pelayanan mudah diakses oleh pengguna layanan.
- e. Kesopanan (*courtesy*), yaitu mencakup kesopanan santunan, rasa hormat, perhatian, dan bersahabat dengan pengguna layanan.
- f. Komunikasi (*communication*), yaitu kemampuan menjelaskan dan menginformasikan pelayanan kepada pengguna layanan dengan baik dan dapat dipahami dengan mudah.
- g. Kejujuran (*credibility*), yaitu mencakup kejujuran dan dapat dipercaya dalam memberikan layanan kepada pelanggan.
- h. Keamanan (*secure*), yaitu bebas dari bahaya, keamanan secara fisik, risiko, aman secara finansial.

²¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2008), Cet. Ke-2, h. 67

²² Sudarmanto, *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014) h. 119

²³ Fandy Tjiptono, *Op Cit*, h. 268

- i. Pengetahuan terhadap pelanggan (*knowing the customer*) yaitu berusaha mengetahui kebutuhan pelanggan, belajar dari persyaratan-persyaratan khusus langganan.
- j. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, penampilan pegawai, peralatan, dan perlengkapan pelayanan, fasilitas pelayanan.

3. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

a. Tersedia Sarana dan Prasarana yang Baik

Pelanggan ingin dilayani secara prima. Untuk melayani pelanggan salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki suatu perusahaan. Meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan pelanggan nyaman untuk berurusan dengan perusahaan.

b. Tersedia Personil yang Baik

Kenyamanan pelanggan juga tergantung dari petugas. Petugas harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu petugas harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar. Petugas juga harus mampu mengikat dan mengambil pelanggan sehingga pelanggan semakin tertarik. Demikian juga kerja harus cepat dan cekatan.

c. Bertanggung Jawab Kepada Setiap Pelanggan Sejak Awal Hingga Selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas harus mampu melayani dari awal sampai tuntas. Pelanggan akan merasa puas jika petugas bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka segera petugas yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.

d. Mampu Melayani Secara Cepat dan Tepat

Dalam melayani pelanggan diharapkan petugas dapat melakukan sesuai prosedur, layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.

e. Mampu Berkomunikasi

Petugas harus mampu berbicara dengan baik dan cepat memahami keinginan pelanggan.

f. Memberikan Jaminan Kerahasiaan Setiap Transaksi

Menjaga rahasia perusahaan sama halnya dengan menjaga rahasia pelanggan. Rahasia perusahaan merupakan taruhan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.

g. Memiliki Kemampuan dan Pengetahuan yang Baik

Untuk menjadi petugas harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena petugas selalu berhubungan dengan manusia, maka petugas perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi pelanggan atau kemampuan dalam bekerja.

h. Berusaha Memahami Kebutuhan Nasabah

Petugas harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh pelanggan. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

i. Mampu Memberikan Kepercayaan Kepada Nasabah

Kepercayaan calon pelanggan kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon pelanggan mau menjadi pelanggan perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula menjaga pelanggan yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas dan seluruh karyawan perusahaan.²⁴

4. Pelayanan Dalam Ekonomi Islam

Pelayanan adalah sebuah peribadatan agung (*worship*), yang mencerminkan keshalehan individu yang sebenarnya. Dampaknya besar kepada perusahaan.²⁵

Pelanggan itu laksana Raja, demikian motto yang sudah banyak pengikutnya. Karena itu harus dimulakan, dalam arti tidak boleh dikecewakan,

²⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 209-211

²⁵ Sanerya Hendrawan, *Spiritual Management*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2009), h. 237-238

tidak boleh dirugikan dan kepentingannya menjadi keniscayaan untuk diketahui dan diperhatikan.

Bukankah memberi itu sama dengan menerima, “*To give is to receive*”. Memberi berarti menerima lebih banyak. Dan inilah firman Tuhan yang searah dengan prinsip tersebut, “Barang siapa beramal dengan satu kebaikan, akan memperoleh sepuluh kebaikan. Dan barang siapa yang membuat satu keburukan, akan dibalas dengan yang setimpal. Dan tidak akan dirugikan.”²⁶ (Q.S Al-An’am :160)

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا يُجْزَى إِلَّا مِثْلَهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya: “Barang siapa membawa amal yang baik, maka baginya (pahala) sepuluh kali lipat amalnya; dan barang siapa membawa perbuatan jahat maka dia tidak diberi pembalasan melainkan seimbang dengan kejahatannya, sedang mereka sedikitpun tidak dianiaya (dirugikan)”. (Al-An’am 6 : 160).²⁷

Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan. Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelemah lembut akan menjadi jaminan rasa aman bagi konsumen dan berdampak pada kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa. Berkenaan dengan hal ini, AlQuran Surat Ali Imran ayat 159 menyatakan bahwa:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhdap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, ,maka bertawakkallah kepada Allah, sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (3 : 159)²⁸

²⁶ Hasan Aedy, *Toeri dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2011), h. 72

²⁷ Q.S. Al-An’am (6): 160

²⁸ Q.S Ali-Imran (3): 159

Perusahaan perlu memiliki sifat-sifat yang baik. Sifat-sifat pemasar yang baik menurut pembeli antara lain adalah:

1. Jujur dalam memberikan informasi
2. Pengetahuan yang baik tentang barang
3. Mengetahui kebutuhan konsumen dengan baik
4. Memiliki pribadi yang baik.²⁹

D. Penelitian Terdahulu

Berikut ini dideskripsikan beberapa penelitian terdahulu sebagai pendukung dalam penelitian ini, yaitu :

Penelitian yang dilakukan oleh Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan (2012) tentang “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang”, menunjukkan secara parsial menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung adalah signifikansi positif, artinya bahwa kualitas pelayanan tersebut lebih ditingkatkan akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia. Pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah juga berpengaruh positif dan signifikan, artinya apabila lokasi berada ditempat yang strategis dalam hal ini dekat dengan pusat kegiatan masyarakat serta pemukiman penduduk maka akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia. Secara simultan kualitas pelayanan dan lokasi juga sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di BMT Sumber Mulia.

Penelitian oleh Siti Sarah Dianita (2015) tentang “Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BMT El-Syifa Ciganjur Jakarta Selatan”, menunjukkan hasil uji t bahwa pengaruh fasilitas, dan pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan

²⁹ Buchari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 366

terhadap keputusan nasabah. Dalam penelitian ini sama-sama menggunakan variabel Independen (X) yaitu Fasilitas dan Pelayanan. Penelitian ini juga menggunakan variabel Dependen (Y) yaitu tentang Keputusan nasabah. Penelitian ini menggunakan tambahan variabel lain yaitu variabel Lokasi.

Penelitian oleh Ida Nurlaeli (2017) tentang “Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah memilih BPRS di Banyumas”, menunjukkan bahwa Faktor Budaya dan Psikologi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah, tetapi variabel Pelayanan, Promosi, dan pengetahuan secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan variabel budaya, psikologis tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel Independen (X) pelayanan dan variabel Dependen (Y) sama-sama tentang keputusan nasabah. Sedangkan perbedaannya ada tambahan variabel lain yang diteliti yaitu Faktor Budaya, Psikologi, Promosi dan Pengetahuan dan disini peneliti meneliti nasabah di BPRS Banyumas

Penelitian oleh Muhammad Fajri Muhtadi, Emi Rahmawati, dan Setio Utomo (2020) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Produk, dan Fasilitas terhadap Keputusan Nasabah menabung di Bank Kalimantan Selatan KC Syariah Banjarmasin (Studi Pada Nasabah Tabungan Mudharabah Al Barakah)”, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Kalimantan Selatan KC Syariah Banjarmasin dengan besar pengaruh 72,7% kategori sangat kuat. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial nilai produk terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Kalimantan Selatan KC Syariah Banjarmasin dengan besar pengaruh sebesar 49,2% kategori cukup kuat. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial fasilitas terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Kalimantan Selatan KC Syariah Banjarmasin dengan besar pengaruh sebesar 36,9% termasuk kategori cukup kuat. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan kualitas pelayanan, nilai produk, dan fasilitas terhadap keputusan

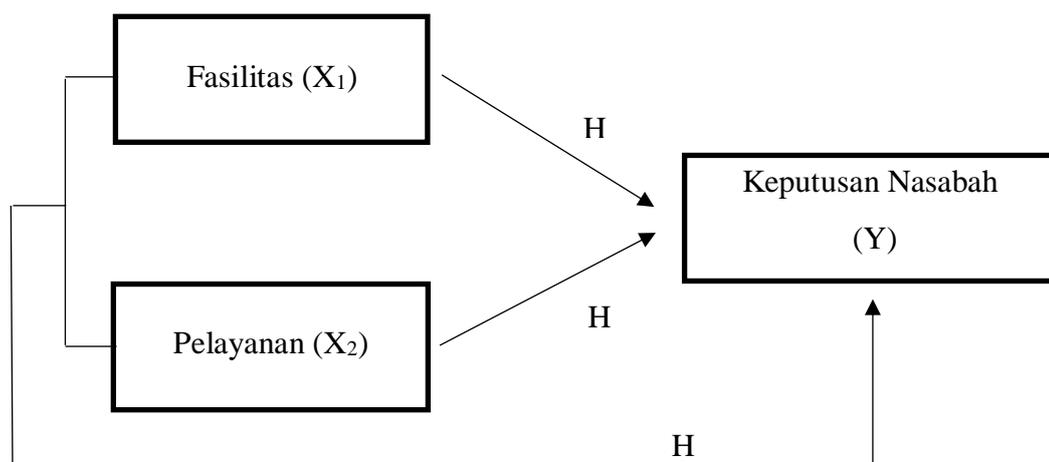
nasabah menabung di Bank Kalimantan Selatan KC Syariah Banjarmasin sebesar 65,8% kategori cukup kuat.

Penelitian oleh Hafni Zahara (2020) tentang “Pengaruh Promosi dan kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan iB Baitullah Pada BNI Syariah Kantor Cabang Medan”, menunjukkan hasil penelitan bahwa promosi terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan Tabungan Ib Baitullah Pada BNI Syariah Kantor Cabang Medan. Kualitas Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan bahwa promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan Tabungan Ib Baitullah Pada BNI Syariah Kantor Cabang Medan.

E. Kerangka Teoritis

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Jadi secara *teoritis* dapat dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen.

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya.



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran diatas dimaksudkan untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menentukan persepsi-persepsi keterkaitan antara variabel Independen (X) yaitu, fasilitas (X_1) dan pelayanan (X_2) masing-masing berpengaruh terhadap variabel Dependen (Y) yaitu Keputusan Nasabah, kemudian variable Independen bersama-sama juga berpengaruh terhadap variabel Dependen.

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang diturunkan melalui teori terhadap masalah penelitian. Hipotesis adalah suatu pernyataan yang masih harus diuji kebenarannya secara empiris. Hipotesis merupakan gabungan dari kata “*hipo*” yang artinya dibawah dan “*tesis*” yang artinya kebenaran. Secara keseluruhan hipotesis berarti dibawah kebenaran (belum tentu benar) dan baru dapat diangkat menjadi suatu kebenaran jika memang telah disertai dengan bukti-bukti-bukti.³⁰

Adapun hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. H_{a1} : Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi.

H_{01} : Fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi.

2. H_{a2} : Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi.

H_{02} : Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi.

3. H_{a3} : Fasilitas dan Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap

³⁰ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU PRESS,2016), h.25

keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di
Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi

H₀₃: Fasilitas dan Pelayanan tidak berpengaruh secara simultan terhadap
keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di
Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial dijabarkan kedalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator.³¹

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dari penyebaran kuesioner yang akan diisi oleh nasabah Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi. Data yang diperoleh akan diolah dengan ketentuan yang ditentukan oleh penulis yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian. Kemudian data yang diperoleh diolah dengan metode kuantitatif dengan menggunakan SPSS dan disajikan dalam bentuk angka, tabel maupun grafik.

Penelitian ini juga bersifat *asosiatif*, yaitu penelitian yang memiliki sifat hubungan antara dua variabel atau lebih.³² *Asosiatif* yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu ada tidaknya pengaruh antara fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk membuka produk tabungan di Bank Syariah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi yang berada di Jalan Sutomo No.21 Tebing Tinggi Sumatera Utara. Penelitian dilakukan mulai bulan januari sampai Februari 2021.

³¹ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU PRESS, 2016), h.8

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h.13

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³³

Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah yang membuka produk tabungan *Marhamah* di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi periode Januari-Desember tahun 2019 yang berjumlah sebanyak 82.684 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.³⁴

Teknik pengambilan sampel adalah untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

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

Dimana:

n = sampel

N = populasi

e = eror sampel yaitu 1-15%

Dalam penelitian ini populasi yaitu nasabah yang membuka produk tabungan *Marhamah* di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi pada tahun 2019 yang berjumlah sebanyak 82.684 nasabah. Sampel dihitung dengan eror sebesar 10%, maka sampel di tentukan sebesar:

³³ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU PRESS, 2016), h.31

³⁴ *Ibid*, h.34

$$n = \frac{82.684}{1 + 82.684 \times 0.1^2}$$

$$n = \frac{82.684}{1 + 82.684 \times 0.01}$$

$$n = \frac{82.684}{1 + 0.82684}$$

$$n = \frac{82.684}{1.82684}$$

$$n = 45.2606$$

Sesuai dengan perhitungan diatas, dari populasi yang berjumlah 261 nasabah. Jumlah sampel untuk penelitian menggunakan *error tolerance* sebesar 10% dari jumlah keseluruhan sampel. Maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah 45, 26. Dan dibulatkan menjadi 46 nasabah/respondensi.

D. Data Penelitian

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap jawaban dari pertanyaan-pertanyaan (kuesioner) tentang pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan Bank Syariah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner (angket). Kuesioner (angket) adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk tujuan khusus yang memungkinkan seorang analis sistem untuk mengumpulkan data dan pendapat dari para responden yang telah dipilih. Daftar pertanyaan ini kemudian akan dikirim kepada para responden yang akan mengisinya sesuai dengan pendapat mereka.³⁵

³⁵ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU PRESS, 2016), h.53

Pada penelitian ini, penulis menggunakan skala *Likert* untuk menyatakan karakteristik angka pada pernyataan kuesioner. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3.1
Pedoman Pemberian Skor

No	Pernyataan	Skor
1.	SS = Sangat Setuju	5
2.	S = Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4.	TS = Tidak Setuju	2
5.	STS = Sangat Tidak Setuju	1

F. Definisi Operasional

Untuk memudahkan pemberian penafsiran mengenai variabel-variabel yang digunakan yang menjadi batasan penelitian ini, maka diperlukan penjabaran definisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 3.2 Variabel dan Indikator Penelitian

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Fasilitas (X1)	Fasilitas merupakan penampilan, sarana dan prasarana, keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan dan keadaan lingkungan sekitarnya: gedung dan lingkungan eksternalnya. 2. Kemampuan sarana dan prasarana: kursi dan pendingin ruangan. 3. Perlengkapan dan peralatan: Anjungan Tunai Mandiri (ATM), Peralatan pendukung (pena, kertas buka rekening dan meja). 	Skala <i>Likert</i>
No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
2.	Pelayanan (X2)	Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (<i>reliability</i>) mererupakan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. 2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. 3. Jaminan (<i>assurance</i>) Mencakup pengetahuan kompetensi, kesopan 	Skala <i>Likert</i>

			<p>an, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.</p> <p>4. Kepedulian (<i>emphaty</i>) Meliputi kemudahan dalam menjalin relasi komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individu para pelanggan.</p> <p>5. Bukti fisik (<i>tangible</i>) Meliputi fasilitas, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.</p>	
No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
3.	Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan nasabah adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya. Kemudian hasil dari proses pengintegrasian tersebut adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian. 	Skala <i>Likert</i>

Sumber: Penelitian Terdahulu

G. Teknik Analisa Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang di peroleh di analisis melalui analisis regresi dan dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS.

SPSS merupakan sebuah program komputer statistik yang berfungsi untuk membantu dalam memproses data-data statistik secara tepat dan cepat, serta menghasilkan berbagai output dikehendaki oleh para pengambil keputusan. SPSS merupakan sebuah program komputer statistik yang berfungsi untuk membantu dalam memproses data-data statistic secara tepat dan cepat, serta menghasilkan berbagai output yang dikehendaki oleh para pengambil keputusan.

Statistik dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengumpulkan data, meringkas atau menyajikan data kemudian menganalisis data dengan menggunakan metode tertentu, dan menginterpretasikan hasil dari analisis tersebut. Dalam perhitungan statistic, alat yang sering digunakan adalah olah data SPSS *for windows*. Program olah data SPSS ini sangat membantu dalam proses pengolahan data, sehingga hasil olah data yang di capai juga dapat dipertanggungjawabkan dan terpercaya.

Adapun pengujian-pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validasi

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas yang tinggi dan sebaliknya bila tingkat validitasnya rendah maka instrument tersebut kurang valid. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan.³⁶

Uji validitas dari penelitian ini digunakan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuesioner tersebut sah atau tidak. Perhitungan ini akan

³⁶ Ridwan, Sunarto, *Penghantar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 348

dilakukan dengan bantuan computer program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

b. Uji Reliabilitas

Merupakan proses pengukuran yang menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relative sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subyek yang sama, semakin kecil perbedaan hasil yang diperoleh, semakin andal tesnya. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik *cronbach alpha*.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda yaitu hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan.

Karena ada 1 variabel dependen dan 2 variabel bebas, model regresi berganda diformulasikan sebagai berikut.³⁷

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Nasabah
α	= Konstanta
$b_1 b_2 b_3$	= Koefisien Regresi Berganda
X_1	= Fasilitas
X_2	= Pelayanan
e	= Standar Error

Untuk mempermudah perhitungan, analisis ini akan dilakukan dengan bantuan SPSS.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 284

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan yang penting dalam analisis regresi. Melalui uji asumsi klasik ini, diharapkan model regresi yang tidak bias dan handal. Pelanggaran terhadap asumsi klasik berarti model regresi yang diperoleh tidak banyak bermanfaat dan kurang valid. Disamping itu uji asumsi klasik berguna untuk melengkapi uji statistic yang telah dilakukan yaitu uji F, t dan determinasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Mendeteksi apakah data distribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asuksi normalis. Uji kenormalan data juga bisaa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan uji Kolmogrov Smirnov.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk melihat apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas atau tidak terjadi Multikolinieritas.³⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residul yang tidak konstan pada regresi sehingga akurat hasil prediksi menjadi meragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya lebih satu variabel bebas kesalahan tersebut tidak random.

³⁸ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU PRESS, 2016), h.104

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dilakukan uji t. hipotesa uji t: $H_0 = b = 0$, masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, $H_a = b_1 \neq 0$ variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.³⁹

Dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan *degree of freedom* (dk): $n-k$, maka dapat diperoleh nilai t_{tabel} . Langkah selanjutnya adalah membandingkan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} . Apabila jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} H_0 diterima, artinya masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen. Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak. Dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.

Apabila menggunakan perhitungan dengan *software* SPSS, maka pengambilan kesimpulannya dengan:

- 1) Jika nilai $\text{sig.} < \alpha \rightarrow$ tolak H_0 , artinya masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.
- 2) Jika nilai $\text{sig.} \geq \alpha \rightarrow$ H_0 tidak ditolak, menerima H_0 artinya masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). uji secara simultan (keseluruhan) hipotesis statistic dirumuskan sebagai berikut:

³⁹ Laylan Syafina, *Panduan Penelitian Kuantitatif Akuntansi*, (Medan: FEBI UINSU-PRESS, 2018), h. 36

- 1) Mencari nilai F_{hitung} dan nilai F_{tabel} .

Rumus mencari F_{tabel} : $df1 = k - 1$, $df2 = n - k$

Dimana

$Df1$: menyatakan kolom tabel f

$Df2$: menatakan baris tabel f

k : jumlah variabel penelitian

n : jumlah sampel

- 2) Jika $F_{hitung} > f_{tabel}$, dengan tariff signifikan (α) = 5% atau 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.
- 3) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dengan tariff signifikan (α) = 5% atau 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Menghitung diterminan r diperlukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), yang dapat diukur dengan menggunakan rumus: $R^2 = (r^2) \times 100\%$.

Dimana: R^2 = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah: jika R^2 mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap dependen (Y) lemah. Jika R^2 mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap dependen (Y) kuat.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPD SU) didirikan pada tanggal 04 Desember 1961 dengan akte notaris Rusli No. 22 dalam bentuk perseroan terbatas dan diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) berdasarkan Undang-Undang No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah .

Namun tanggal 16 April 1999 dengan Perda No. 2/1999 bentuk badan hukum diubah kembali menjadi Perseroan Terbatas sesuai dengan akte pendirian Perseroan Terbatas No. 38/1999 Notaris Hukum Nasution, SH, sehingga nama BPDSU menjadi Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara yang disingkat menjadi PT. Bank SUMUT.

PT. Bank SUMUT yang merupakan salah satu alat/kelengkapan otonomi daerah di bidang perbankan, PT. Bank SUMUT mempunyai fungsi sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah, bertindak sebagai pemegang kas daerah dan atau melaksanakan penyimpanan uang daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah serta sebagai Bank Umum sebagai dengan maksud UU No. 7 Tahun 1992 yang telah diubah menjadi UU No. 10 Tahun 1998.

Dampak krisis yang melanda Indonesia disegala bidang pada tahun 1997 termasuk dibidang ekonomi yang mengakibatkan banyak perusahaan yang gulung tikar akhirnya berimbas pada banyaknya bank swasta dan bank pemerintah yang tutup dan melakukan merger untuk menyelamatkan asset karena kerugian akibat kredit macet.

Oleh karena itu pemerintah menganggap PT. Bank SUMUT mampu untuk bangkit kembali dan mengingat pentingnya peranan PT. Bank SUMUT dalam menunjang pembangunan di daerah Sumatera Utara, maka pemerintah hanya memasukkan PT. Bank SUMUT kedalam bank yang direkapitalisasi.

Gagasan dan wacana untuk mendirikan Unit/Divisi Usaha Syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan stakeholder PT. Bank SUMUT, khususnya direksi dan komisaris, yaitu sejak dikeluarnya UU No. 10 Tahun 1998. Dampak krisis yang melanda Indonesia disegala bidang pada tahun 1997 termasuk dibidang ekonomi yang mengakibatkan banyak perusahaan yang gulung tikar akhirnya berimbas banyaknya bank swasta dan bank pemerintah yang tutup dan melakukan merger untuk menyelamatkan asset karena kerugian akibat kredit macet.

Oleh karena itu pemerintah menganggap PT. Bank SUMUT mampu untuk bangkit kembali dan mengingat pentingnya peranan PT Bank Sumut dalam menunjang pembangunan di daerah Sumatera Utara, maka Pemerintah hanya memasukan PT. Bank SUMUT kedalam bank yang direkapitalisasi.

PT. Bank SUMUT memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya umat Islam yang semakin sadarakan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi.

Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiring dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga haram. Tentunya, fatwa ini mendorong keinginan masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa-jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Atas dasar ini dan komitmen PT. Bank Sumut terhadap pengembangan layanan Perbankan Syariah maka pada tanggal 04 November 2004 PT. Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah dengan 2 (dua) Kantor Cabang Syariah

yaitu Kantor Cabang Syariah Padang Sidempuan sesuai izin dari BI NO.6/DPIP/PRZ/Mdn tanggal 18 Oktober 2004.

Bank SUMUT Unit Syariah merupakan salah satu bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan izin pembukaan kantor Cabang Syariah Medan dan Padang Sidempuan No.5/142/PRZ/Mdn tanggal 28 Oktober 2005 diikuti dengan dibukanya Cabang Syariah Tebing Tinggi pada tanggal 26 Desember 2005 sesuai dengan izin operasional Bank Indonesia sesuai dengan surat Bank Indonesia Medan kepada Direksi PT. Bank SUMUT Syariah, kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas Bank Sumut.

PT. Bank SUMUT Unit Usaha Syariah telah didukung oleh sistem operasional perbankan yang disebut *OLIB'S* Syariah. Dalam menjalankan operasional perbankan sehari-hari PT. Bank SUMUT Unit Syariah menggunakan sistem operasional perbankan yang menguat pada prinsip Syariah.

Pada sistem operasi Bank SUMUT Unit Usaha Syariah pemilik dana menanamkan uangnya Di Bank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan dalam bentuk modal usaha, dengan perjanjian keuntungan telah disepakati.⁴⁰

2. Makna dari Logo PT. Bank SUMUT Syariah



Gambar 3.1 Logo PT. Bank SUMUT Syariah

⁴⁰ Bank Sumut, "Sejarah Bank Sumut," <http://www.banksumut.com>. Diunduh pada tanggal 6 Februari 2021

Kata kunci dari logo PT Bank SUMUT adalah *Sinergi* yaitu kerjasama yang erat sebagai langkah lanjut dalam rangka meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, berbekal kemauan keras yang didasari dengan profesionalisme dan memberikan pelayanan yang terbaik.

Bentuk Logo menggambarkan dua elemen dalam bentuk huruf "U" yang saling berkait bersinergi membentuk huruf "S" yang merupakan kata awal "SUMUT". Sebuah penggambaran bentuk kerjasama yang sangat erat antara Bank SUMUT dengan masyarakat Sumatera Utara sebagaimana visi Bank SUMUT.

Warna orange sebagai simbol suatu hasrat untuk terus maju yang dilakukan dengan energik yang dipadu dengan warna biru yang sportif dan profesional sebagaimana misi Bank SUMUT. Warna putih sebagai ungkapan ketulusan untuk melayani sebagaimana statement Bank SUMUT.

Jenis huruf "*Palatino Bold*" sederhana dan mudah dibaca. Penulisan Bank dengan huruf kecil dan Sumut dengan huruf kapital guna lebih mengedepankan Sumatera Utara, sebagai gambaran dan keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.⁴¹

3. Visi dan Misi PT. Bank SUMUT

a. Visi

Menjadi Bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala

⁴¹ Bank Sumut, "*Logo Bank Sumut Syariah,*" <http://www.banksumut.com>. Diunduh pada tanggal 6 Februari 2021

bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

b. Misi

Mengelola dana Pemerintah dan masyarakat secara profesional yang didasarkan pada prinsip-prinsip compliance.⁴²

4. Statement Budaya Pada Perusahaan PT. Bank SUMUT

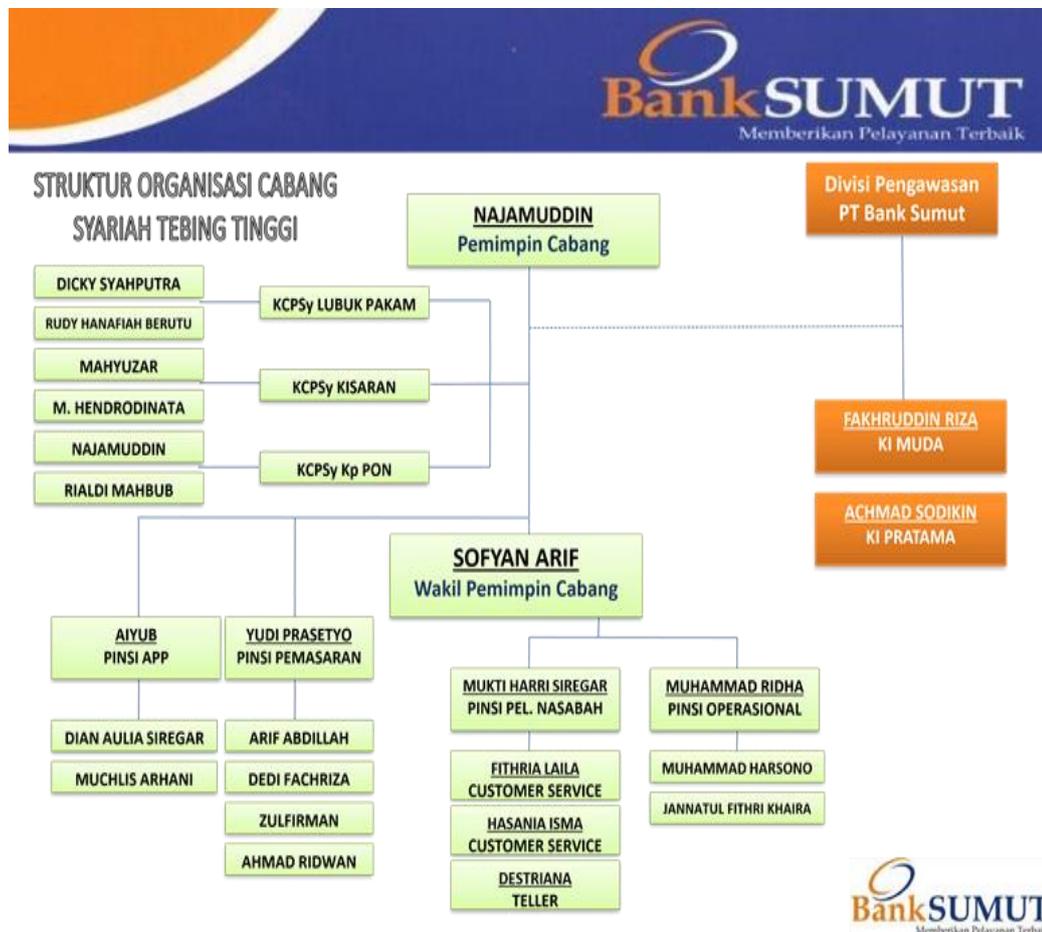
Statement Budaya Perusahaan atau sering dikenal dengan nama Motto dari PT. Bank SUMUT adalah “*Memberikan Pelayanan Terbaik*”. Makna dari *Terbaik* yaitu:⁴³

- a. Berusaha untuk selalu Terpercaya
- b. Energik didalam melakukan setiap kegiatan
- c. Senantiasa bersikap Ramah
- d. Membina Hubungan secara Bersahabat
- e. Menciptakan suasana yang Aman dan nyaman
- f. Memiliki Integritas tinggi Integritas tinggi
- g. Komitmen penuh untuk memberikan yang terbaik.

⁴² Bank Sumut, “*Visi Dan Misi*,” <http://www.banksumut.com>. Diunduh pada tanggal 6 Februari 2021

⁴³ Bank Sumut, “*Statemen Bank Sumut*,” <http://www.banksumut.com>. Diunduh pada tanggal 6 Februari 2021

5. Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi



Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi

B. Deskripsi Data Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Nasabah Tabungan Marhamah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah sebanyak 46 Nasabah. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner.

Peneliti mengolah kuesioner dalam bentuk data yang terdiri dari 5 pernyataan untuk variable X1 (Fasilitas), 10 pernyataan untuk variable X2 (Pelayanan), dan 6 Pernyataan untuk variable Y (Keputusan Nasabah). Kuesioner

disebar kepada 46 Nasabah Tabungan Marhamah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi sebagai sampel penelitian dengan menggunakan metode *skala likert*.

1. Deskripsi Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pria	26	56,52
2	Wanita	20	43,48
Total		46	100%

Pada tabel 3.1 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pria berjumlah 26 orang (56,52%), dan responden dengan jenis kelamin wanita berjumlah 20 orang (43,48%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah yang menabung pada Tabungan Marhamah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah yang lebih dominan adalah pria dengan jumlah 26 orang dengan persentase 56,52%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	Kurang dari 20 Tahun	4	8,70
2	20-30 Tahun	22	47,83
3	31-40 Tahun	15	32,61
4	Lebih dari 40 Tahun	5	10,86
Total		46	100%

Pada Tabel 3.2 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan usia dari hasil penelitian mayoritas responden sebanyak 22 orang atau sebesar 47,83% adalah responden yang berusia 20 tahun – 30 tahun, kemudian usia 31 tahun – 40 tahun sebanyak 15 orang atau sebesar 32,61% . kemudian usia lebih dari 40 tahun sebanyak 5 orang atau sebesar 10,86%. Dan usia kurang dari 20 tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 8,70%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA	15	32,61
2	Akademi/Diploma (D-III)	8	17,39
3	Sarjana (S-1)	23	50,0
Total		46	100%

Pada Tabel 3.3 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan pendidikan terakhir dari hasil penelitian, mayoritas responden sebanyak 23 orang adalah sarjana atau sebesar 50,0% dan 15 orang adalah tamatan SMA atau sebesar 32,61%, dan sisanya adalah lulusan Diploma D-III sebanyak 8 orang atau sebesar 17,39%.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 4.4**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Mahasiswa	3	6,53
2	Wiraswasta	5	10,86
3	Pegawai Swasta	3	6,53
4	PNS	20	43,48
5	TNI/Polisi	7	15,21
8	BUMN	8	17,39
Total		46	100%

Pada Tabel 3.4 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan pekerjaannya dari hasil penelitian, mayoritas responden sebanyak 20 orang sebagai PNS atau sebesar 43,48%. dan 5 orang wiraswasta atau sebesar 10,86%, dan TNI/Polisi sebanyak 7 orang atau sebesar 15,21% , karyawan BUMN sebanyak 8 orang atau sebesar 17,39%, dan responden sebagai pegawai swasta dan mahasiswa masing- masing hanya sebanyak 3 orang atau sebesar 6,53%.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Setelah mengenal karakteristik dari responden penelitian, maka akan ditampilkan hasil olahan data primer yang merupakan deskripsi variabel penelitian berdasarkan pendapat responden. Secara deskripsi persentase hasil variabel penelitian setiap dimensi tentang Pengaruh Fasilitas, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah membuka produk tabungan Marhamah di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Skor Kuesioner untuk Variabel Fasilitas (X_1)

NO	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	f	%
1	2	4,3	21	45,7	16	34,8	6	13,0	1	2,2	100	100
2	1	2,2	24	52,2	17	37,0	2	4,3	2	4,3	100	100
3	2	4,3	25	54,3	15	32,6	4	8,7	0	0	100	100
4	2	4,3	19	41,3	20	43,5	5	10,9	0	0	100	100
5	1	2,2	32	69,6	9	19,6	4	8,7	0	0	100	100

Sumber: Data yang telah diolah (terlampir)

Dari Tabel 3.5 diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Untuk item 1, 2 orang menjawab sangat setuju (4,3%), 21 orang menjawab setuju (45,7%) 16 orang menjawab netral (34,8%), 6 orang menjawab tidak setuju (13,0%) dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju (2,2%)
- b. Untuk item 2, 1 orang menjawab sangat setuju (2,2%), 24 orang menjawab setuju (52,2%), 17 orang menjawab netral (37,0%), 2 orang menjawab tidak setuju (4,3%) dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju (4,3%)
- c. Untuk item 3, 2 orang menjawab sangat setuju (4,3%), 25 orang menjawab setuju (54,3%), 15 orang menjawab netral (32,6%), 4 orang menjawab tidak setuju (8,7%) dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju (0%)
- d. Untuk item 4, 2 orang menjawab sangat setuju (4,3%), 19 orang menjawab setuju (41,3%), 20 orang menjawab netral (43,5%), 5 orang

menjawab tidak setuju (10,9%) dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju (0%)

- e. Untuk item 5, 1 orang menjawab sangat setuju (2,2%), 32 orang menjawab setuju (69,6%), 9 orang menjawab netral (19,6%), 4 orang menjawab tidak setuju (8,7%) dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju (0%).

Tabel 4.6

Skor Kuesioner untuk Variabel Pelayanan (X_2)

NO	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	f	%
1	0	0	25	54,3	19	41,3	0	0	2	4,3	100	100
2	0	0	32	69,6	10	21,7	4	8,7	0	0	100	100
3	1	2,2	24	52,2	17	37,0	2	4,3	2	4,3	100	100
4	2	4,3	25	54,3	15	32,6	4	8,7	0	0	100	100
5	2	4,3	17	37,0	22	47,8	5	10,9	0	0	100	100
6.	0	0	18	39,1	25	54,3	2	4,3	1	2,2	100	100
7.	0	0	13	28,3	31	67,4	1	2,2	1	2,2	100	100

Sumber: Data yang telah diolah (terlampir)

Dari Tabel 3.6 diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Untuk item 1, 0 orang menjawab sangat setuju (0%), 25 orang menjawab setuju (54,3%) 19 orang menjawab netral (41,3%), 0 orang menjawab tidak setuju (0%), dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju (4,3%)
- b. Untuk item 2, 0 orang menjawab sangat setuju (0%), 32 orang

- menjawab setuju (69,6%), 10 orang menjawab netral (21,7%), 4 orang menjawab tidak setuju (8,7%), dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju (0%)
- c. Untuk item 3, 1 orang menjawab sangat setuju (2,2%), 24 orang menjawab setuju (52,2%), 17 orang menjawab netral (37,0%), 2 orang menjawab tidak setuju (4,3%) dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju (4,3%)
- d. Untuk item 4, 2 orang menjawab sangat setuju (4,3%), 25 orang menjawab setuju (54,3%), 15 orang menjawab netral (32,6%), 4 orang menjawab tidak setuju (8,7%), dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju (0%)
- e. Untuk item 5, 2 orang menjawab sangat setuju (4,3%), 17 orang menjawab setuju (37,0%), 22 orang menjawab netral (47,8%), 5 orang menjawab tidak setuju (10,9%) dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju (0%)
- f. Untuk item 6, 0 orang menjawab sangat setuju, 18 orang menjawab setuju (39,1%), 25 orang menjawab netral (54,3%), 2 orang menjawab tidak setuju (4,3%), dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju (2,2%)
- g. Untuk item 7, 0 orang menjawab sangat setuju (0%), 13 orang menjawab setuju (28,3%), 31 orang menjawab netral (67,4%), 1 orang menjawab tidak setuju (2,2%) dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju (2,2%).

Tabel 4.7
Skor Kuesioner untuk Variabel Keputusan Nasabah (Y)

NO	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	f	%
1	2	4,3	21	45,7	16	34,8	6	13,0	1	2,2	100	100
2	1	2,2	24	52,2	17	37,0	2	4,3	2	4,3	100	100
3	2	4,3	25	54,3	9	19,6	7	15,2	3	6,5	100	100
4	4	8,7	16	34,8	23	50,0	2	4,3	1	2,2	100	100
5	0	0	24	52,2	16	34,8	4	8,7	2	4,3	100	100
6.	1	2,2	18	39,1	21	45,7	4	8,7	2	4,3	100	100
7.	0	0	21	45,7	18	39,1	5	10,9	2	4,3	100	100

Sumber: Data yang telah diolah (terlampir)

Dari Tabel 3.7 diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Untuk item 1, 2 orang menjawab sangat setuju (4,3%), 21 orang menjawab setuju (45,7%), 16 orang menjawab netral (34,8%), 6 orang menjawab tidak setuju (13,0%), dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju (2,2%)
- b. Untuk item 2, 1 orang menjawab sangat setuju (2,2%), 24 orang menjawab setuju (52,2%), 17 orang menjawab netral (37,0%), 2 orang menjawab tidak setuju (4,3%) dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju (4,3%)
- c. Untuk item 3, 2 orang menjawab sangat setuju (4,3%), 25 orang menjawab setuju (54,3%), 9 orang menjawab netral (19,6%), 7 orang menjawab tidak setuju (15,2%), dan 3 orang menjawab sangat tidak setuju (6,5%)

- d. Untuk item 4, 4 orang menjawab sangat setuju (8,7%), 16 orang menjawab setuju (34,8%), 23 orang menjawab netral (50,0%), 2 orang menjawab tidak setuju (4,3%), dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju (2,2%)
- e. Untuk item 5, 0 orang menjawab sangat setuju (0%), 24 orang menjawab setuju (52,2%), 16 orang menjawab netral (34,8%), 4 orang menjawab tidak setuju (8,7%), dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju (4,3%)
- f. Untuk item 6, 1 orang menjawab sangat setuju (2,2%), 18 orang menjawab setuju (39,1%), 21 orang menjawab netral (45,7%), 4 orang menjawab tidak setuju (8,7%), dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju (4,3%)
- g. Untuk item 7, 0 orang menjawab sangat setuju (0%), 21 orang menjawab setuju (45,7%), 18 orang menjawab netral (39,1%), 5 orang menjawab tidak setuju (10,9%), dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju (4,3%).

C. Uji Persyaratan Analisis

1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran variabel-variabel yang akan dianalisis. Berdasarkan tabel statistik deskriptif dapat diperoleh *mean*, *minimum*, *maksimum*, dan standar deviasi untuk variabel fasilitas, pelayanan, dan keputusan nasabah. Berikut adalah hasil uji statistik deskriptif:

Tabel 4.8
Hasil Uji Analisis Deskriptif
Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Fasilitas	46	10	23	17,39	2,371

Pelayanan	46	12	28	23,91	3,039
Keputusan Nasabah	46	7	31	23,46	3,834

Sumber: Output SPSS v.20

Berdasarkan Tabel 3.8 diatas dapat dijelaskan hasilnya sebagai berikut :

- a. Variabel fasilitas memiliki nilai rata-rata sebesar 17,39 dengan standar deviasi sebesar 2,371. Nilai minimum fasilitas sebesar 10 dan fasilitas maksimum sebesar 23.
- b. Variabel pelayanan memiliki nilai rata-rata sebesar 23,91 dengan standar deviasi sebesar 3,039. Nilai minimum pelayanan sebesar 12 dan pelayanan maksimum sebesar 28.
- c. Variabel keputusan nasabah memiliki nilai rata-rata sebesar 23,46 dengan standar deviasi sebesar 3,834. Nilai minimum keputusan nasabah sebesar 7 dan keputusan nasabah maksimum sebesar 31.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan agar dapat mengukur valid atau sah tidaknya kuesioner yang diolah. Untuk mengetahui valid atau sah tidaknya kuesioner dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel dengan r hitung tiap butir pertanyaan. Jika r hitung > r tabel, maka data dapat dikatakan valid. Tabel menyajikan hasil uji validitas untuk tiap butir pertanyaan dari variabel fasilitas, pelayanan, dan keputusan nasabah.

Tabel 4.9
Uji Validitas Terhadap Butir-Butir Pertanyaan Kuesioner

Variabel	Item	<i>Corrected item total correlation</i> (r hitung)	r tabel	keterangan
Fasilitas (X1)	X1.1	0,641	0,2907	valid
	X1.2	0,711	0,2907	valid
	X1.3	0,601	0,2907	valid
	X1.4	0,503	0,2907	valid
	X1.5	0,657	0,2907	valid
Pelayanan	X2.1	0,627	0,2907	valid

(X2)	X2.2	0,670	0,2907	valid
	X2.3	0,641	0,2907	valid
	X2.4	0,549	0,2907	valid
	X2.5	0,560	0,2907	valid
	X2.6	0,687	0,2907	valid
	X2.7	0,627	0,2907	valid
	Keputusan Nasabah (Y)	Y.1	0,607	0,2907
Y.2		0,768	0,2907	valid
Y.3		0,478	0,2907	valid
Y.4.		0,581	0,2907	valid
Y.5		0,724	0,2907	valid
Y.6		0,731	0,2907	valid
Y.7		0,655	0,2907	valid

Dari tabel diketahui jumlah seluruh pertanyaan ada sebanyak 19 pertanyaan. Diketahui seluruh nilai R hitung > 0.2907 (R valid). Sehingga dapat disimpulkan secara keseluruhan seluruh item variabel fasilitas, pelayanan, dan keputusan nasabah sudah valid dan dapat dilanjutkan untuk pengujian lainnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha dimana suatu instrumen dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,60 atau lebih.

Tabel 4.10

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Fasilitas	0.604	Reliabel
Pelayanan	0.731	Reliabel
Keputusan Nasabah	0.761	Reliabel

Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari seluruh variabel yang diujikan nilainya diatas 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada ddalam penelitian ini dan menentukan model analisis yang paling tepat digunakan. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian terdiri dari:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki distribusi yang normal dengan melihat hasil berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov Test dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05), grafik histogram dan P-Plot of Regression Standardized Residual. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov Test

Tabel 4.11

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

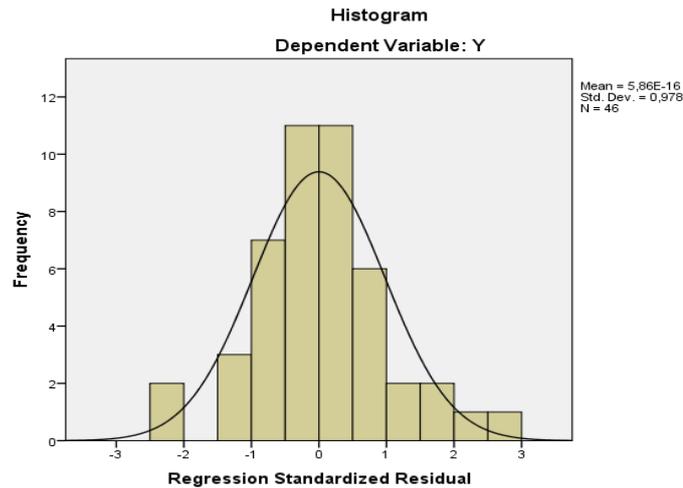
		Unstandardized Residual
N		46
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,24892257
	Absolute	,084
Most Extreme Differences	Positive	,084
	Negative	-,067
Kolmogorov-Smirnov Z		,567
Asymp. Sig. (2-tailed)		,905

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

(Sumber: Output SPSS v.20)

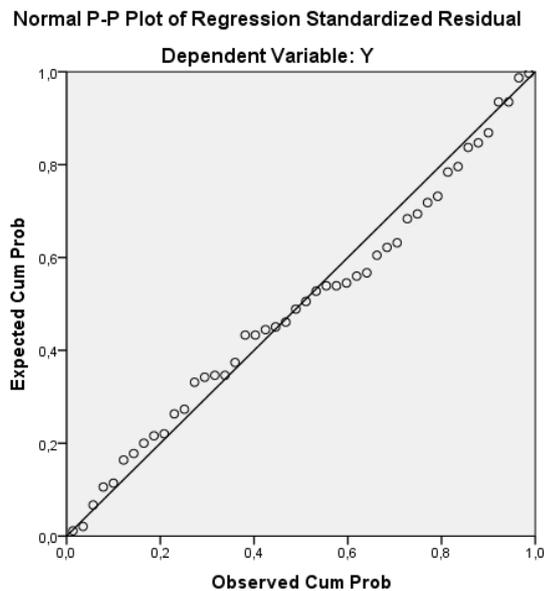
Dari hasil pengujian pada tabel di atas terlihat besarnya nilai Kolmogrov- Smirnov bernilai 0,905 lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0,05 sehingga data yang di uji bernilai normal.



Gambar 3.3

Hasil Uji Histogram

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa histogram berbentuk lonceng, grafik tersebut tidak melenceng kesamping kiri maupun kanan, yang artinya data berdistribusi normal.



Gambar 3.4

Hasil Uji P-P Plot

Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1,965	2,840		-,692	,493		
1 X1	,709	,210	,439	3,386	,002	,477	2,098
X2	,547	,163	,434	3,348	,002	,477	2,098

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: Output SPSS v.20)

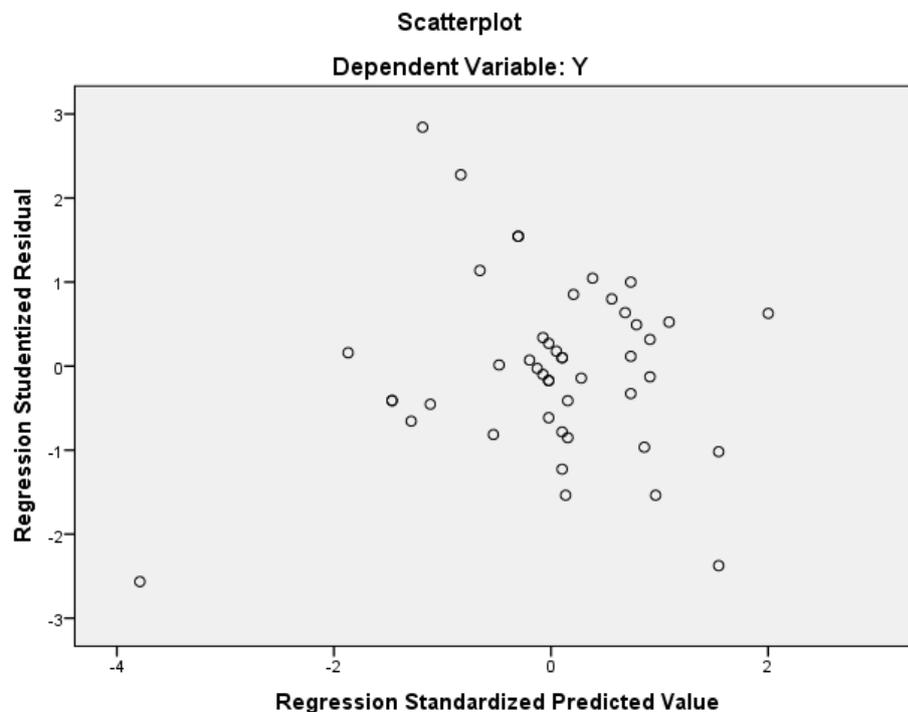
Perhatikan bahwa berdasarkan Tabel nilai VIF dari fasilitas adalah 2,098 nilai VIF dari pelayanan 2,098. Dikarenakan seluruh nilai VIF < 10, maka disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heterokedastisitas dengan melihat titik-titik yang berada dalam gambar menyebar secara acak baik dibagian atas angka nol maupun bagian bawah angka nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y. Model regresi yang baik adalah apabila tidak terjadinya hererokedastisitas suatu model terbebas dari heterokedastisitas jika:

- Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka nol.
- Titik-titik data tidak hanya mengumpulkan hanya diatas dan dibawahsaja.
- Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang,menyebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- Penyebaran titik-titik dan sebaliknya tidak berpola.

Dari pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut:



Gambar 3.5

Hasil Uji Heterokedastisitas

Pada Gambar 3.5 di atas menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar disekitar angka nol, dan tidak mengumpul disatu titik. Penyebaran titik-titik data tersebut juga tidak membentuk suatu pola. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak mengalami permasalahan gejala heterokedastisitas.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear berganda bertujuan untuk menghtung seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui besarnya koefisien regresi dari variabel bebas yaitu fasilitas, dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan marhamah di Bank

SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 20.0, yang dapat disajikan hasil olahan data dari persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-1,965	2,840		-,692	,493
	X1	,709	,210	,439	3,386	,002
	X2	,547	,163	,434	3,348	,002

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil persamaan dari olahan data regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 20.0, maka dapat dipaparkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,965 + 0,709X_1 + 0,547X_2 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan yang diperoleh dapat dijelaskan makna dan arti dari koefisien regresi untuk masing-masing variabel fasilitas, pelayanan, dan keputusan nasabah yaitu sebagai berikut:

1. Nilai Constant adalah -1,965, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel fasilitas dan pelayanan (nilai X_1 dan X_2 adalah 0) maka keputusan nasabah membuka produk tabungan marhamah di Bank SUMUT KC Syariah Tebing tinggi adalah sebesar -1,965 poin.
2. Nilai koefisien regresi fasilitas adalah 0,709 artinya jika variabel fasilitas (X_1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel pelayanan (X_2) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka keputusan nasabah membuka produk tabungan marhamah di Bank SUMUT KC Syariah Tebing tinggi

meningkat sebesar 0,709%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel fasilitas berkontribusi positif bagi keputusan nasabah membuka produk tabungan marhamah di PT. Bank SUMUT KC Syariah Tebing tinggi.

3. Nilai koefisien regresi pelayanan adalah 0,547 artinya jika variabel pelayanan (X_2) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel fasilitas (X_1) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka keputusan nasabah membuka produk tabungan marhamah di Bank SUMUT KC Syariah Tebing tinggi akan meningkat sebesar 0,547%.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengukur secara parsial seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan membandingkan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel dalam tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Dengan kriteria pengambilan keputusan, yaitu:

- a. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima
- b. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak

Tabel 4.14

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-1,965	2,840		-,692	,493
X1	,709	,210	,439	3,386	,002
X2	,547	,163	,434	3,348	,002

a. Dependent Variable: Y

Dari persamaan *degree of freedom* (df) = $n-k-1 = 46-2-1 = 43$, maka nilai t_{tabel} dalam penelitian ini adalah sebesar 1,681. Hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t diperoleh nilai t-hitung berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada table 3.14 diatas, menunjukkan bahwa:

- a. Diketahui nilai t_{hitung} sebesar 3,386 dengan nilai *Sig* dari variabel fasilitas adalah 0,002 dan di peroleh nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 5 % (2-tailed) dengan persamaan *degree of freedom* (df) = $n-k-1 = 46-2-1 = 43$, maka nilai t_{tabel} dalam penelitian ini adalah sebesar 1,681. Dengan demikian diketahui bahwa $t_{hitung} 3,386 > t_{tabel} 1,681$ dan *Sig* $0,02 < 0,05$.maka dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, yang artinya terdapat pengaruh secara parsial antara Fasilitas (X_1) terhadap Keputusan Nasabah (Y).
- b. Diketahui nilai t_{hitung} sebesar 3,348 dengan nilai *Sig* dari variabel pelayanan adalah 0,002 dan di peroleh nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 5 % (2-tailed) dengan persamaan *degree of freedom* (df) = $n-k-1 = 46-2-1 = 43$, maka nilai t_{tabel} dalam penelitian ini adalah sebesar 1,681. Dengan demikian diketahui bahwa $t_{hitung} 3,348 > t_{tabel} 1,681$ dan *Sig* $0,02 < 0,05$.maka dapat disimpulkan bahwa H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, yang artinya terdapat pengaruh secara parsial antara Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y).

2. Uji Simultan (Uji-f)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas fasilitas (X_1), dan Pelayanan (X_2) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat Keputusan Nasabah (Y).

Pengujian ini dilakukan dengan menghitung serta membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} yaitu dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai *Sig* $< 0,05$ maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $Sig > 0,05$ maka H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.15

Hasil Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	433,819	2	216,909	40,981	,000 ^b
	Residual	227,594	43	5,293		
	Total	661,413	45			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan Tabel 3.15 diatas, diketahui nilai F_{hitung} 40,981 dan nilai $Sig.$ adalah 0,000. Diketahui nilai F_{hitung} 40,981 $> F_{tabel}$ 2,82 dan nilai Sig adalah 0,000 $< 0,05$, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, yang artinya Fasilitas (X_1), dan Pelayanan (X_2), secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y).

3. Uji Koefisien Determinansi (R^2)

Koefisien Determinasi mengukur tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi simultan yang merupakan hasil pengkuadratan koefisien korelasi menunjukkan persentase pengaruh variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat. Kekuatan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien determinansi yang berada antara nol dan satu. Hasil nilai *Adjusted R-Square* dari regresi digunakan untuk mengetahui besarnya struktur modal yang dipengaruhi oleh variabel-variabel bebasnya. Hasil perhitungan koefisien determinansi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinansi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 ^a	,656	,640	2,301

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 3.16 diatas, diketahui nilai *R-Square* adalah 0,656. Nilai tersebut dapat diartikan variabel Fasilitas dan Pelayanan mampu mempengaruhi Keputusan Nasabah sebesar 65,6%, sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

G. Interpretasi Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Fasilitas, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi dapat dibahas sebagai berikut:

1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi yang ditunjukkan dengan hasil t_{hitung} sebesar 3,386 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,681 dengan tingkat signifikan 0,02 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, yang artinya terdapat pengaruh secara parsial antara Fasilitas (X_1) terhadap Keputusan Nasabah (Y).

Hal itu dikarenakan fasilitas yang baik dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan transaksi. Fasilitas merupakan sebagai sarana dan prasarana yang disertakan perusahaan untuk diberikan kepada nasabah, dan

fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan nasabah seperti memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna jasa, apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Dengan fasilitas yang diberikan oleh Bank berupa sesuatu yang menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi.

Semakin baik dan lengkap fasilitas yang diberikan oleh pihak Bank kepada nasabah, maka semakin besar tingkat keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan, dan mungkin saja nasabah akan mengajak rekan lainnya untuk menabung pada Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Sarah Dianita pada tahun 2015 bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi yang ditunjukkan dengan hasil t_{hitung} sebesar 3,348 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,681 dengan tingkat signifikan 0,02 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh secara parsial antara Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y).

Hal itu dikarenakan kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat mutu dari kualitas atas standar pelayanan yang diberikan kepada nasabah ketika nasabah melakukan kegiatan atau transaksi di Bank yang bisa diukur oleh Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*).

Dari hal tersebut bisa dikatakan kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Hal ini berarti citra

kualitas yang baik bukan lah berdasarkan sudut pandang atau perespsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau presepsi nasabah. Dalam perspektif islam kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan memberikan kepuasan semata, tetapi sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayaann harus berdasarkan kepada nilai-nilai syariah. Selain dari fasilitas, nasabah juga memperhatikan dari kualitas pelayanan, dimana petugas Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi harus bertanggung jawab terhadap nasabah, berlaku adil kepada nasabah dan memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya karena pelayanan yang baik, handal, dan bertanggung jawab akan membuat nasabah merasa dihargai. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ida Nurlaeli pada tahun 2017 bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

3. Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi. Hal ini dibuktikan dengan hasil F_{hitung} 40,981 dan nilai $Sig.$ adalah 0,000. Diketahui nilai F_{hitung} 40,981 > F_{tabel} 2,82 dan nilai Sig adalah $0,000 < 0,05$, maka H_{o3} ditolak dan H_{a3} diterima, yang artinya Fasilitas (X_1), dan Pelayanan (X_2), secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y).

Hal ini bisa dilihat dari nilai R Square yang besarnya 0,656. Nilai ini menunjukkan bahwa proporsi pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan nasabah sebesar 65,6%. Artinya fasilitas dan pelayanan di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi secara bersama-sama memiliki proporsi pengaruh terhadap keputusan nasabah sebesar 65,6% sedangkan sisanya, yaitu 34,4% (100% - 65,6%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada didalam model regresi linier ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan di atas tentang pengaruh Fasilitas, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi. Hal itu dikarenakan fasilitas yang baik dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan transaksi. Fasilitas merupakan sebagai sarana dan prasarana yang disertakan perusahaan untuk diberikan kepada nasabah, dan fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan nasabah seperti memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna jasa, apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Dengan fasilitas yang diberikan oleh Bank berupa sesuatu yang menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi. Semakin baik dan lengkap fasilitas yang diberikan oleh pihak Bank kepada nasabah, maka semakin besar tingkat keputusan nasabah dalam membuka produk tabungan, dan mungkin saja nasabah akan mengajak rekan lainnya untuk menabung pada Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi.
2. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi. Hal itu dikarenakan kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat mutu dari kualitas atas standar pelayanan yang diberikan kepada nasabah ketika nasabah melakukan kegiatan atau transaksi di Bank yang bisa diukur oleh Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap

(*Responsivennes*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*). Selain dari fasilitas, nasabah juga memperhatikan dari kualitas pelayanan, dimana petugas PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi harus bertanggung jawab terhadap nasabah, berlaku adil kepada nasabah dan memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya karena pelayanan yang baik, handal, dan bertanggung jawab akan membuat nasabah merasa dihargai.

3. Fasilitas dan Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi. Hal ini bisa dilihat dari nilai *R Square* yang besarnya 0,656. Nilai ini menunjukkan bahwa proporsi pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan nasabah sebesar 65,6%. Artinya fasilitas dan pelayanan di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi secara bersama-sama memiliki proporsi pengaruh terhadap keputusan nasabah sebesar 65,6% sedangkan sisanya, yaitu 34,4% (100% - 65,6%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada didalam model regresi linier ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan di atas tentang Pengaruh Fasilitas, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi, maka penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi

Untuk PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi disarankan agar meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan kepada nasabah. Hal ini dikarenakan nasabah sering menjadikan kualitas pelayanan dan fasilitas sebagai pertimbangan utama dalam menentukan pilihan mereka terhadap suatu lembaga keuangan. Selain itu kualitas pelayanan dan fasilitas juga mendukung dalam menciptakan kepuasan

nasabah, karena dengan kenyamanan yang diberikan oleh Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi dapat menciptakan rasa puas kepada nasabah. Karyawan dianjurkan untuk tetap memperhatikan dan mengoptimalkan pelayanan kepada nasabah seperti memberikan pelayanan yang tepat waktu, meningkatkan perhatian dan kepedulian terhadap nasabah. Selain itu diharapkan Bank SUMUT KC Syariah Tebing Tinggi dapat memperbaiki dan melengkapi fasilitas yang diberikan agar nasabah tidak berpaling terhadap bank lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan Refrensi pada penelitian berikutnya mengenai Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah PT. Bank SUMUT KC Syariah. Penulis juga menyarankan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan tambahan variabel lain untuk mngetahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi terhadap keputusan nasabah selain variabel fasilitas dan pelayanan.

3. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk memperkaya kajian yang digunakan sebagai tambahan pengetahuan dalam menyelesaikan tugas maupun penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aedy, Hasan. 2011. *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Akmal, Azhari, Tarigan. 2014. *Penghantar Teologi Ekonomi*. Medan, FEBI UIN-SU Press
- Anggraini, Tuti, dkk., 2015. *Lembaga Keuangan Syariah dan Dinamika Sosial*, Medan: FEBI UIN-SU Press
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Bandung: Alfabeta.
- Hendrawan, Sanerya. 2009. *Spiritual Management*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Imsar. 2018. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan* Jurnal FEBI UIN-SU
- Karim, A. Adiwarmanto. 2009. *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasali, Rhenald. Jurnal, *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero Tbk di Sampit)*. 2017.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran Ed. 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Laylan Syafina. 2018 *Panduan Penelitian Kuantitatif Akuntansi*, Medan: FEBI UIN-SU Press

- Nurastuti, Wiji. 2011. *Tekhnologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pusat Bahasa. *KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. 2016. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press
- Ratmianto, dan Atik Septi Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Ridwan, Sunarto. 2013. *Penghantar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sudarmanto. 2014. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2015. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Syariah, SUMUT. “Sejarah Bank Sumut”, <http://www.banksumut.com>-diakses pada 06 Februari 2021.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Balasan Dari Perusahaan

	
KANTOR CABANG SYARIAH: TEBING TINGGI Jl. Dr. Sutomo No. 21 Tebing Tinggi Telp/Fax : 0621 – 22000 / 21740	KANTOR PUSAT Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan Phone : (061) 4155100 - 4515100 Facsimile : (061) 4142937 - 4512652
Nomor : 021/KCSy03-Ops/1/2021 Lamp :-	Tebing Tinggi, 08 Februari 2021
Kepada Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Di - Medan	
Assalamu'alaikum Wr.Wb.	Perihal : Izin Melaksanakan Riset
Membalas surat Saudara No. B-0651/EB.IV.3/KS.02/01/2021 tanggal 23 Januari 2021 perihal Penelitian Mahasiswa Saudara dengan data sebagai berikut :	
Nama	: WINDI SYAHPITRI
NIM	: 0503162216
Semester / Prog. Studi	: IX (Sembilan) / Perbankan Syariah
Judul	: Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membuka Produk Tabungan Marhamah
Dengan ini kami sampaikan bahwa kami memberi Izin kepada mahasiswa Saudara tersebut diatas untuk melaksanakan riset dengan ketentuan sebagai berikut :	
1. Pelaksanaan riset terhitung mulai tanggal 08 sd 28 Februari 2021.	
2. Mahasiswa/i merupakan nasabah aktif yang menggunakan salah satu produk <i>funding</i> (tabungan, deposito, dan giro).	
3. Selama pelaksanaan magang memakai pakaian yang rapi dan sopan beserta tanda pengenal. dengan ketentuan :	
a. Laki-laki, menggunakan kemeja lengan panjang berwarna putih dan celana panjang berwarna hitam serta sepatu pansus berwarna hitam.	
b. Wanita, menggunakan kemeja berwarna putih, rok berwarna hitam dan sepatu berwarna hitam serta menggunakan hijab.	
4. Mahasiswa/i yang melaksanakan riset wajib patuh pada ketentuan yang berlaku di Bank Sumut dan pelaksanaanya dibimbing oleh pemimpin unit kerja terkait serta menjaga kerahasiaan Bank.	
5. Mahasiswa/i yang tidak memenuhi ketentuan PT Bank Sumut dapat diberhentikan / dikeluarkan sebelum pelaksanaan riset berakhir.	
Demikian disampaikan, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya, kami ucapkan terima kasih.	
Assalamu'alaikum Wr.Wb, Pemimpin Cabang,	
	
ARI ASRIADI NPP.1217.230976.110804	

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth :

Bapak/Ibu/Saudara /i Di tempat

Bersama ini saya,

Nama : Windi Syahpitri

NIM : 0503162216

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Memohon kesediaan Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner yang terkait dengan penyusunan skripsi saya yang berjudul :

“PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMBUKA PRODUK TABUNGAN MARHAMAH (Studi kasus Bank Sumut KC Syariah Tebing Tinggi)

Penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan skripsi saya sehingga Saudara/i diharapkan agar mengisi kuisisioner sesuai dengan kenyataan dan keadaan sebenarnya.

Atas kesediaan Saudara/i dalam menjawab kuisisioner, saya sampaikan terima kasih.

Mengetahui
Pimpinan Cabang Bank Sumut KC Syariah
T. Tinggi

Hormat Saya,

Ari Asriadi
NPP.1217.230976.110804

Windi Syahpitri

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Mohon Memberi Tanda *checklist* (\surd) pada jawaban yang bapak/ibu anggap paling sesuai dan mohon mengisi bagian yang membutuhkan jawaban tertulis.
2. Keterangan alternatif jawaban dan skor:
 - a. STS = Sangat Tidak Setuju (1)
 - b. TS = Tidak Setuju (2)
 - c. KS = Kurang Setuju (3)
 - d. S = Setuju (4)
 - e. SS = Sangat Setuju (5)

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - (a). Pria
 - (b). Wanita
3. Usia Anda Saat Ini :
 - (a). Kurang dari 20 Tahun
 - (b). 20 - 30 Tahun
 - (c). 31 - 40 Tahun
 - (d). Lebih dari 40 Tahun
4. Pendidikan Terakhir :
 - (a). SMA
 - (b). Akademi/ Diploma (D-III)
 - (c). Sarjana (S-1)
5. Pekerjaan :

(a). Mahasiswa	(d). PNS
(b). Wiraswasta	(e). TNI/POLRI
(c). Pegawai Swasta	(f). BUMN

1. Variabel Fasilitas (X_1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Penampilan dan Keadaan Lingkungan Sekitar						
1.	Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi memiliki gedung yang bagus dan bersih.					
2.	Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi menyediakan tempat parkir yang luas.					
Kemampuan sarana dan Prasarana						
3.	Ruang tunggu di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi bersih dan nyaman.					
Perlengkapan dan peralatan						
4.	Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi memiliki perangkat peralatan yang cukup dan baik untuk melayani nasabah (seperti computer, pena meja yang rapih) dll.					
5.	Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi memiliki fasilitas ATM untuk memenuhi kebutuhan nasabah.					

2. Variabel Pelayanan (X_2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Bukti Langsung (tangible)						
1.	Petugas Bank Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi selalu melayani saya dengan sopan dan ramah					
Kehandalan (reliability)						
2.	Petugas Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi memberikan pelayanan yang sama dan adil kepada setiap nasabahnya					

3.	Petugas Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi selalu menindaklanjuti dengan segera apabila ada kesalahan dan kekeliruan yang terjadi					
----	---	--	--	--	--	--

Daya tanggap (responsiveness)

4.	Petugas Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi memproses dengan cepat atas transaksi yang saya lakukan					
5.	Petugas Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi siap dan cepat menanggapi apabila ada keluhan					

Jaminan (assurance)

6.	Petugas Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi dapat dipercaya mempunyai komitmen dalam bidang keuangan					
----	---	--	--	--	--	--

Empati (empathy)

7.	Petugas Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi selalu memberikan informasi tentang produk dengan jelas					
----	--	--	--	--	--	--

3. Variabel Keputusan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Pengenalan Masalah						
1.	Saya melakukan transaksi di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi karena adanya kebutuhan					
Pencarian Informasi						
2.	Saya melakukan transaksi di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi karena mengetahui dari keluarga saya					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Evaluasi Alternatif						
3.	Saya melakukan transaksi di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi karena persyaratannya mudah					
Keputusan Pembelian						
4.	Saya melakukan transaksi di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi karena kemauan saya sendiri					
5.	Saya melakukan transaksi di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi karena Pelayanan yang sangat baik					
Perilaku pasca Pembelian						
6.	Saya merasa puas dengan pelayanan petugas Di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi					
7.	Saya merasa aman melakukan transaksi di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi					

Lampiran 3 : Jawaban Responden

VARIABEL FASILITAS (X1)							VARIABEL PELAYANAN (X2)								VARIABEL KEPUTUSAN NASABAH (Y)							
Responden	FS-1	FS-2	FS-3	FS-4	FS-5	Total FS	PN-1	PN-2	PN-3	PN-4	PN-5	PN-6	PN-7	Total PN	KN-1	KN-2	KN-3	KN-4	KN-5	KN-6	KN-7	Total KN
1	4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	5	4	3	3	27
2	4	4	3	2	3	16	3	2	4	3	2	3	2	19	4	4	2	4	4	4	4	26
3	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	4	3	26	4	4	2	3	4	4	4	25
4	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	4	3	28	4	4	2	4	4	4	4	26
5	3	3	4	3	4	17	4	4	3	4	3	4	3	25	3	3	4	2	3	3	3	21
6	2	4	4	3	4	17	3	4	4	4	3	4	3	25	2	4	4	4	4	2	2	22
7	4	3	2	4	5	18	3	3	3	2	4	3	4	22	4	3	3	2	4	4	3	23
8	2	4	3	2	4	15	3	4	4	3	2	4	4	24	2	4	4	4	2	2	2	20
9	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	4	3	3	28	5	5	5	5	3	5	3	31
10	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	3	3	3	25	3	4	4	4	3	3	3	24
11	3	4	5	5	4	21	3	4	4	5	5	4	3	28	3	4	4	3	3	3	3	23
12	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	3	4	3	4	26
13	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	3	4	26	4	4	4	3	4	3	4	26
14	3	3	4	2	4	16	3	4	3	4	2	3	3	22	3	3	4	3	4	4	3	24
15	3	3	4	3	3	16	4	4	3	4	4	3	4	26	3	3	3	3	4	4	4	24
16	3	3	4	4	4	18	3	4	3	4	3	3	3	23	3	3	4	4	3	3	3	23
17	3	3	4	4	4	18	3	4	3	4	4	3	3	24	3	3	4	4	3	3	3	23
18	4	4	2	4	4	18	3	3	4	2	4	4	3	23	4	4	2	3	4	3	4	24
19	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	4	3	3	24	4	3	4	4	4	4	4	27
20	1	1	3	3	2	10	1	2	1	3	3	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	7

21	3	4	3	4	2	16	3	3	4	3	3	4	4	24	3	4	4	3	4	4	4	26
22	3	4	3	4	2	16	3	3	4	3	3	4	4	24	3	4	4	3	4	4	4	26
23	3	3	4	4	4	18	3	4	3	4	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	4	22
24	3	3	3	4	3	16	4	4	3	3	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	4	22
25	3	3	4	4	4	18	3	4	3	4	4	3	3	24	3	3	3	3	3	3	4	22
26	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	4	4	3	27
27	2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	3	3	21	2	3	4	3	2	2	2	18
28	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	4	4	26	4	4	4	3	2	3	3	23
29	4	3	3	4	4	18	4	3	3	3	3	4	3	23	4	3	3	3	3	4	3	23
30	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	3	3	25	4	4	4	3	4	4	4	27
31	3	3	4	3	4	17	4	4	3	4	3	3	3	24	3	3	4	4	3	3	3	23
32	3	3	4	3	4	17	4	4	3	4	4	3	3	25	3	3	4	5	3	3	3	24
33	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	28	2	4	2	4	4	4	4	24
34	2	1	3	4	4	14	4	4	1	3	4	3	3	22	2	1	4	3	3	3	3	19
35	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	3	4	3	24	4	3	3	3	4	3	4	24
36	3	3	3	4	3	16	3	4	3	3	4	4	4	25	3	3	3	3	3	4	4	23
37	2	4	4	3	4	17	3	4	4	4	4	3	4	26	2	4	2	4	4	4	4	24
38	3	3	2	3	2	13	3	2	3	2	3	3	3	19	3	3	2	3	2	2	3	18
39	4	4	2	3	3	16	3	3	4	2	3	3	3	21	4	4	4	4	4	3	3	26
40	4	2	3	2	3	14	4	4	2	3	2	2	3	20	4	2	1	3	3	3	2	18
41	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28
42	4	2	3	2	3	14	4	4	2	3	2	2	3	20	4	2	1	3	3	3	2	18
43	5	4	4	4	4	21	1	2	4	4	3	3	3	20	5	4	5	4	1	1	1	21
44	4	4	4	3	4	19	3	3	4	4	3	3	3	23	4	4	3	5	4	3	3	26
45	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	4	3	26	4	4	4	4	4	4	4	28
46	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	3	3	25	4	4	4	3	4	4	4	27

Lampiran 4: Jawaban Responden Terhadap Item Pernyataan

1. Variabel Fasilitas (X_1)

FS1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	2,2	2,2	2,2
2	6	13,0	13,0	15,2
3	16	34,8	34,8	50,0
4	21	45,7	45,7	95,7
5	2	4,3	4,3	100,0
Total	46	100,0	100,0	

FS2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	4,3	4,3	4,3
2	2	4,3	4,3	8,7
3	17	37,0	37,0	45,7
4	24	52,2	52,2	97,8
5	1	2,2	2,2	100,0
Total	46	100,0	100,0	

FS3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	8,7	8,7	8,7
3	15	32,6	32,6	41,3
4	25	54,3	54,3	95,7
5	2	4,3	4,3	100,0
Total	46	100,0	100,0	

FS4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	10,9	10,9	10,9
3	20	43,5	43,5	54,3
4	19	41,3	41,3	95,7
5	2	4,3	4,3	100,0
Total	46	100,0	100,0	

FS5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	8,7	8,7	8,7
	3	9	19,6	19,6	28,3
	4	32	69,6	69,6	97,8
	5	1	2,2	2,2	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

2. Variabel Pelayanan (X_2)**PN1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	4,3	4,3	4,3
	3	19	41,3	41,3	45,7
	4	25	54,3	54,3	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

PN2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	8,7	8,7	8,7
	3	10	21,7	21,7	30,4
	4	32	69,6	69,6	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

PN3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	4,3	4,3	4,3
	2	2	4,3	4,3	8,7
	3	17	37,0	37,0	45,7
	4	24	52,2	52,2	97,8
	5	1	2,2	2,2	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

PN4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	8,7	8,7	8,7
	3	15	32,6	32,6	41,3
	4	25	54,3	54,3	95,7
	5	2	4,3	4,3	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

PN5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	10,9	10,9	10,9
	3	22	47,8	47,8	58,7
	4	17	37,0	37,0	95,7
	5	2	4,3	4,3	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

PN6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,2	2,2	2,2
	2	2	4,3	4,3	6,5
	3	25	54,3	54,3	60,9
	4	18	39,1	39,1	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

PN7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,2	2,2	2,2
	2	1	2,2	2,2	4,3
	3	31	67,4	67,4	71,7
	4	13	28,3	28,3	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

3. Variabel Keputusan Nasabah (Y)

KN1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,2	2,2	2,2
	2	6	13,0	13,0	15,2
	3	16	34,8	34,8	50,0
	4	21	45,7	45,7	95,7
	5	2	4,3	4,3	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

KN2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	4,3	4,3	4,3
	2	2	4,3	4,3	8,7
	3	17	37,0	37,0	45,7
	4	24	52,2	52,2	97,8
	5	1	2,2	2,2	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

KN3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	6,5	6,5	6,5
	2	7	15,2	15,2	21,7
	3	9	19,6	19,6	41,3
	4	25	54,3	54,3	95,7
	5	2	4,3	4,3	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

KN4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,2	2,2	2,2
	2	2	4,3	4,3	6,5
	3	23	50,0	50,0	56,5
	4	16	34,8	34,8	91,3
	5	4	8,7	8,7	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

KN5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	4,3	4,3	4,3
2	4	8,7	8,7	13,0
3	16	34,8	34,8	47,8
4	24	52,2	52,2	100,0
Total	46	100,0	100,0	

KN6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	4,3	4,3	4,3
2	4	8,7	8,7	13,0
Valid 3	21	45,7	45,7	58,7
4	18	39,1	39,1	97,8
5	1	2,2	2,2	100,0
Total	46	100,0	100,0	

KN7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	4,3	4,3	4,3
2	5	10,9	10,9	15,2
Valid 3	18	39,1	39,1	54,3
4	21	45,7	45,7	100,0
Total	46	100,0	100,0	

Lampiran 5: Hasil Olahan Data Pada SPSS 20

1. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Fasilitas	46	10	23	17.39	2.371
Pelayanan	46	12	28	23.91	3.039
Keputusan Nasabah	46	7	31	23.46	3.834
Valid N (listwise)	46				

2. Uji Validitas Dan Realibilitas

a. Variabel Fasilitas (X_1)

Correlations

		FS1	FS2	FS3	FS4	FS5	X1
FS1	Pearson Correlation	1	,440**	,064	,082	,306*	,641**
	Sig. (2-tailed)		,002	,674	,587	,039	,000
	N	46	46	46	46	46	46
FS2	Pearson Correlation	,440**	1	,310*	,154	,243	,711**
	Sig. (2-tailed)	,002		,036	,306	,103	,000
	N	46	46	46	46	46	46
FS3	Pearson Correlation	,064	,310*	1	,174	,398**	,601**
	Sig. (2-tailed)	,674	,036		,246	,006	,000
	N	46	46	46	46	46	46
FS4	Pearson Correlation	,082	,154	,174	1	,189	,503**
	Sig. (2-tailed)	,587	,306	,246		,209	,000
	N	46	46	46	46	46	46
FS5	Pearson Correlation	,306*	,243	,398**	,189	1	,657**
	Sig. (2-tailed)	,039	,103	,006	,209		,000
	N	46	46	46	46	46	46
X1	Pearson Correlation	,641**	,711**	,601**	,503**	,657**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	46	46	46	46	46	46

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,604	5

b. Variabel Pelayanan (X_2)

Correlations

		PN1	PN2	PN3	PN4	PN5	PN6	PN7	X2
PN1	Pearson Correlation	1	,627**	,148	,196	,155	,307*	,334*	,627**
	Sig. (2-tailed)		,000	,327	,192	,305	,038	,023	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
PN2	Pearson Correlation	,627**	1	,077	,464**	,244	,232	,341*	,670**
	Sig. (2-tailed)	,000		,609	,001	,102	,122	,020	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
PN3	Pearson Correlation	,148	,077	1	,310*	,188	,578**	,402**	,641**
	Sig. (2-tailed)	,327	,609		,036	,210	,000	,006	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
PN4	Pearson Correlation	,196	,464**	,310*	1	,264	,065	,029	,549**
	Sig. (2-tailed)	,192	,001	,036		,077	,669	,846	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
PN5	Pearson Correlation	,155	,244	,188	,264	1	,325*	,230	,560**
	Sig. (2-tailed)	,305	,102	,210	,077		,028	,124	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
PN6	Pearson Correlation	,307*	,232	,578**	,065	,325*	1	,507**	,687**
	Sig. (2-tailed)	,038	,122	,000	,669	,028		,000	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
PN7	Pearson Correlation	,334*	,341*	,402**	,029	,230	,507**	1	,627**
	Sig. (2-tailed)	,023	,020	,006	,846	,124	,000		,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
X2	Pearson Correlation	,627**	,670**	,641**	,549**	,560**	,687**	,627**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	46	46	46	46	46	46	46	46

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,731	7

c. Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Correlations

		KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	Y
KN1	Pearson Correlation	1	,440**	,182	,278	,288	,364*	,207	,607**
	Sig. (2-tailed)		,002	,227	,061	,052	,013	,168	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
KN2	Pearson Correlation	,440**	1	,408**	,522**	,403**	,359*	,359*	,768**
	Sig. (2-tailed)	,002		,005	,000	,005	,014	,014	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
KN3	Pearson Correlation	,182	,408**	1	,354*	,012	,048	-,005	,478**
	Sig. (2-tailed)	,227	,005		,016	,939	,750	,976	,001
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
KN4	Pearson Correlation	,278	,522**	,354*	1	,236	,192	,059	,581**
	Sig. (2-tailed)	,061	,000	,016		,115	,201	,696	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
KN5	Pearson Correlation	,288	,403**	,012	,236	1	,712**	,712**	,724**
	Sig. (2-tailed)	,052	,005	,939	,115		,000	,000	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
KN6	Pearson Correlation	,364*	,359*	,048	,192	,712**	1	,708**	,731**
	Sig. (2-tailed)	,013	,014	,750	,201	,000		,000	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
KN7	Pearson Correlation	,207	,359*	-,005	,059	,712**	,708**	1	,655**
	Sig. (2-tailed)	,168	,014	,976	,696	,000	,000		,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46
Y	Pearson Correlation	,607**	,768**	,478**	,581**	,724**	,731**	,655**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	
	N	46	46	46	46	46	46	46	46

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,761	7

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

- Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov Test

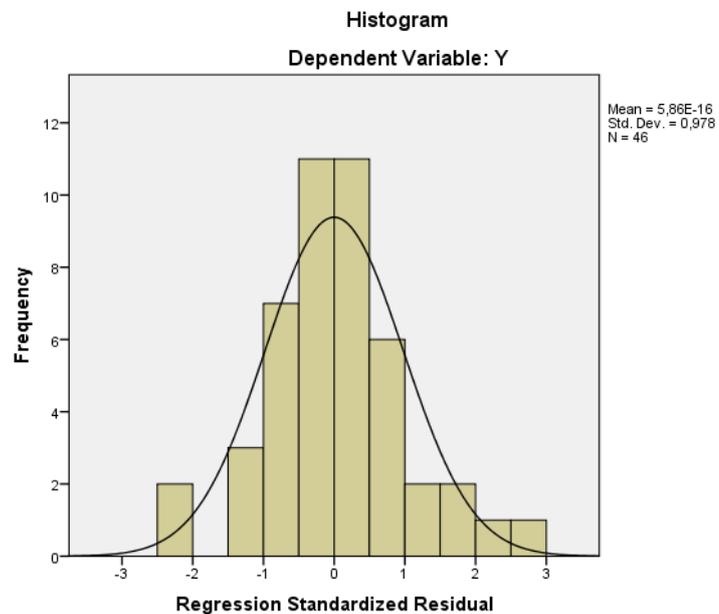
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		46
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,24892257
	Absolute	,084
Most Extreme Differences	Positive	,084
	Negative	-,067
Kolmogorov-Smirnov Z		,567
Asymp. Sig. (2-tailed)		,905

a. Test distribution is Normal.

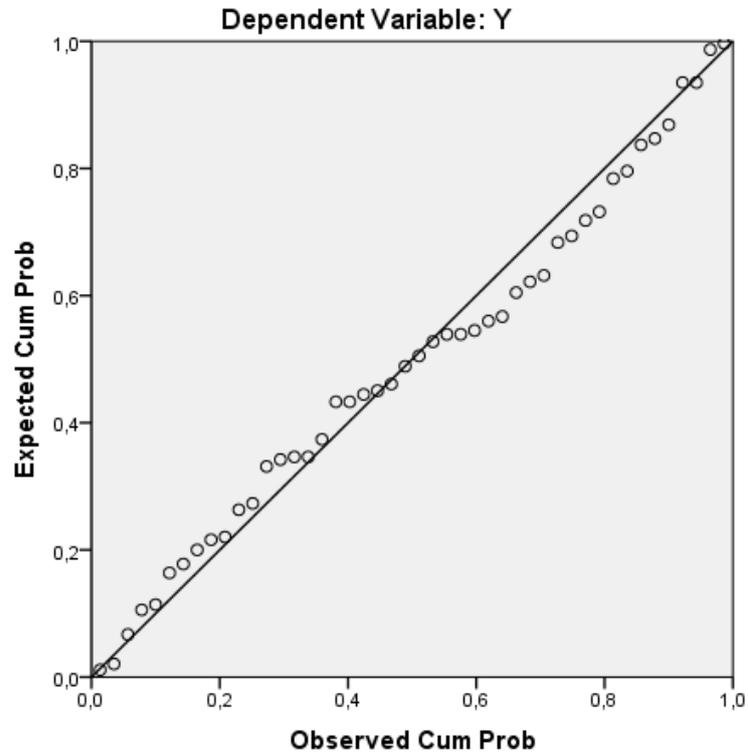
b. Calculated from data.

- Uji Normalitas dengan Grafik Histogram



- Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



b. Uji Multikolinearitas

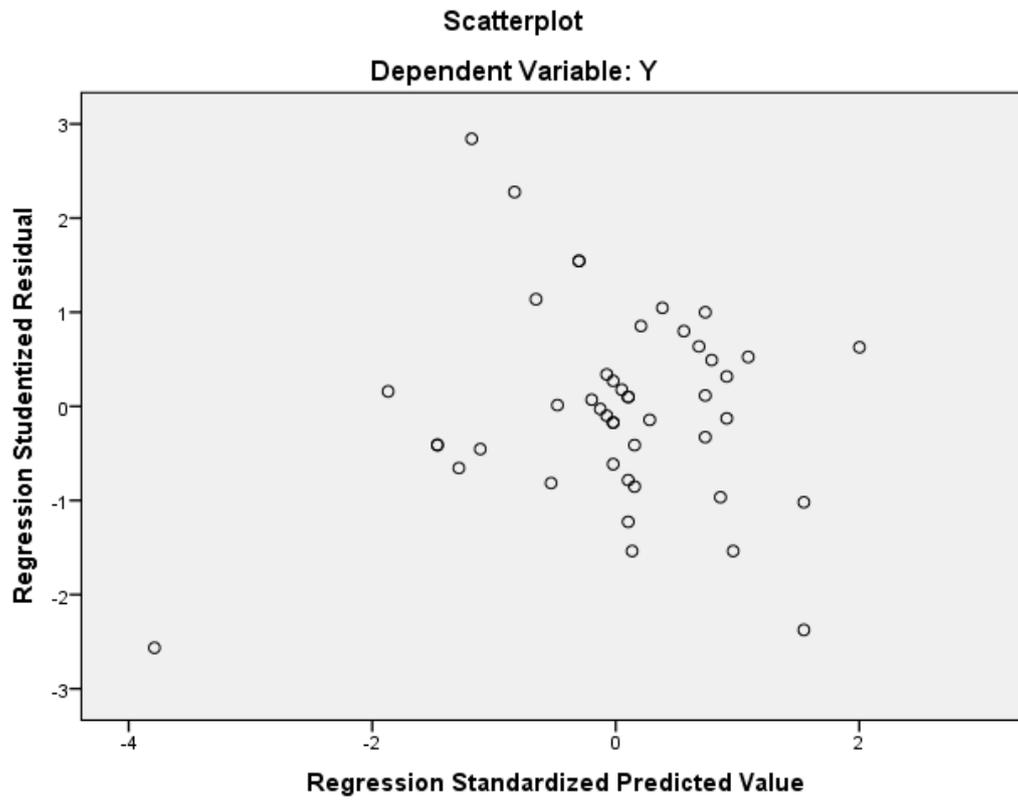
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-1,965	2,840		-,692	,493		
	X1	,709	,210		3,386	,002	,477	2,098
	X2	,547	,163		3,348	,002	,477	2,098

a. Dependent Variable: Y

c. Uji Heteroskedastisitas

- Melihat Pola Gambar Scatterplot



Lampiran 6: Jawaban Responden Terhadap Item Pernyataan

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 ^a	,656	,640	2,301

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

2. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,965	2,840		-,692	,493
	X1	,709	,210	,439	3,386	,002
	X2	,547	,163	,434	3,348	,002

a. Dependent Variable: Y

b. Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	433,819	2	216,909	40,981	,000 ^b
	Residual	227,594	43	5,293		
	Total	661,413	45			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

c. Uji Koefisien Determinansi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 ^a	,656	,640	2,301

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

1. Tabel T

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

2. Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.78	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

3. Tabel r

Tabel r untuk df = 1 - 50

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

Lampiran 7: Dokumentasi Penelitian

Adapun yang terlampir disini yaitu foto-foto yang dijadikan dokumen guna untuk melengkapi penelitian ini:



Lokasi Penelitian PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi



Kondisi Ruang Tunggu



Pelayanan Teller



Pelayanan Customer Service



Kondisi Tempat Parkir Kendaraan



Kondisi Anjungan Tunai Mandiri (ATM)



Kondisi Penyebaran Kuesioner Kepada Responden

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Windi Syahpitri
2. NIM : 0503162216
3. Tempat/Tgl Lahir : Tebing Tinggi, 31 Januari 1998
4. Alamat : Jalan Mutiara Lingkungan II Kelurahan Tambangan

II, RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD Negeri 165736 Kota Tebing Tinggi Berijazah Tahun 2010
2. Tamatan SMP Negeri 1 Kota Tebing Tinggi Berijazah Tahun 2013
3. Tamatan SMA Negeri 2 Kota Tebing Tinggi Berijazah Tahun 2016