

SKRIPSI

**PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK
MENABUNG DI BANK ACEH SYARIAH KANTOR
CABANG PEMBANTU DARUSSALAM**



Disusun Oleh:

**NAUVAL RIZKYAN
NIM. 150603098**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nauval Rizkyan
NIM : 150603098
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 27 Februari 2021
Yang Menyatakan,



Nauval Rizkyan

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam

Disusun Oleh:

Nauval Rizkyan

NIM. 150603098

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Pembimbing I,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag
NIP: 197711052006042003

Pembimbing II,



T. Syifa Fadrizha Nanda, SE.Ak., M.Acc
NIDN: 2022118501

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag
NIP: 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam

Nauval Rizkyan
NIM: 150603098

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam
Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: 7 Juni 2021 M
26 Syawal 1442 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,


Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag
NIP. 197711052006042003

Sekretaris,


T. Syifa Fadrizha Nanda, SE., Ak., M.Acc
NIDN. 2022118501

Pengkaji I,


Hafizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E
NIDN. 2006019002

Pengkaji II,


Ismaadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nauval Rizkyan

NIM : 150603098

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

E-mail : nauvalrizkyan@gmail.com

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKKU Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

Pada Tanggal: 14 Juli 2021

Mengetahui

Penulis,

Nauval Rizkyan
NIM. 150603098

Pembimbing I,

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag
NIP. 197711052006042003

Pembimbing II,

T. Syifa Fadriha Nanda, SE, Ak., M. Acc
NIDN. 2022118501

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung Di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam”**.

Selawat dan salam penulis sanjungkan ke pangkuan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan nikmatnya iman dan Islam, serta nikmat kemuliaan dalam ilmu pengetahuan.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis banyak menemui hambatan dan kesulitan. Namun, berkat bimbingan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis pada kesempatan ini ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Bapak Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh.
2. Ibu Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan dosen pembimbing I, Ayumiati,

SE.,M.Si selaku Sekretaris Prodi dan Mukhlis, SHI.,SE.,MH. selaku Operator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Bapak Muhammad Arifin, Ph.D selaku Penasehat Akademik (PA) selama menempuh pendidikan di Program Studi Perbankan Syariah dan ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry.
4. Bapak T. Syifa Fadrizha Nanda.SE.AK.,M.Acc selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan dengan sabar, memberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E. selaku penguji I dan Bapak Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si. selaku penguji II yang telah memberi masukan atas kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak/ Ibu Dosen Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmunya selama penulis menempuh pendidikan, serta seluruh staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan segala fasilitas dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih juga kepada Staf Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam
8. Orang Tua tercinta ayahanda dan Ibunda yang telah membesarkan saya sampai saat ini, memberikan kasih sayang, cinta, motivasi dan doa yang tiada hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memperoleh gelar sarjana.

9. Seluruh sahabat yang selalu memberikan semangat, masukan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
10. Terima kasih juga kepada seluruh responden yang telah mau mengisikan kuisioner peneliti.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dan mohon maaf kepada semua pihak baik yang disengaja maupun yang tidak sengaja. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 18 Juli 2022

Penulis,

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y Nauval Rizkyan

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Materi P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor:0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	AR - DANIRY			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

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

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

Kaifa : كَيْفَ

Haula : هَوَّلَ

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
يَ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qala: قَالَ
 rama: رَمَى
 qila: قِيلَ
 yaqulu: يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *Marbutah* (ة) hidup
 Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.
- b. Ta *marbutah* (ة) mati
 Ta *marbutah* (ة) yang mati atas mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

raudah al-atfal/raudatul atfal : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
al-madinah al-munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-madinatul munawwarah
talhah : طَلْحَةُ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi. Seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf

ABSTRAK

Nama : Nauval Rizkyan
NIM : 150603098
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung Di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam
Tebal Skripsi : 88 Halaman
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag
Pembimbing II : T. Syifa Fadrizha Nanda.SE.AK.,M.Acc

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak dibidang keuangan dan masing-masing bank memiliki persaingan untuk menarik konsumen, masyarakat atau nasabah akan menilai sebuah lokasi dan pelayanan pada bank tersebut untuk tujuan memilih dimana mereka menabung. Penelitian ini dilakukan bertujuan menyelidiki pengaruh untuk menabung di Bank Aceh Syariah KCP Darussalam dengan jumlah sampel 100 responden. Dampak dari lokasi dan kualitas pelayanan sangatlah besar mempengaruhi masyarakat untuk memutuskan menjadi nasabah di bank tersebut. Metode analisis penelitian yang penulis gunakan adalah kuantitatif, dengan analisis linier berganda dan pemilihan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel X lokasi dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi variabel Y yaitu keputusan nasabah untuk menabung. Hasil analisis menunjukkan (1) variabel lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap variabel Y keputusan nasabah untuk menabung. (2) variabel lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel Y keputusan nasabah untuk menabung. Kesimpulan penelitian ini adalah faktor lokasi dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

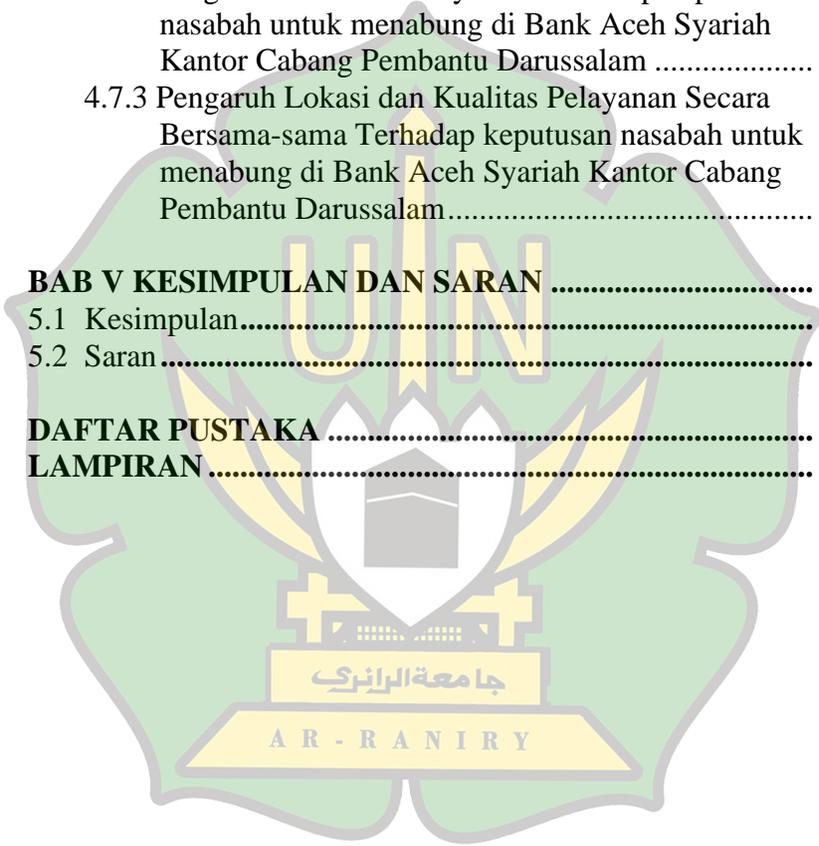
Kata Kunci: Analisis lokasi dan kualitas pelayanan.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
DAFTAR SINGKATAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Keputusan Nasabah untuk Menabung	12
2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Untuk Menabung.....	20
2.2.1 Lokasi	22
2.2.1.1 Indikator Lokasi Terhadap Minat Menabung	24
2.2.2 Kualitas Pelayanan	26
2.2.2.1 Indikator Kualitas Pelayanan	28
2.2.2.2 Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam.....	30
2.3 Penelitian Terdahulu.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1. Jenis Penelitian	40
3.2. Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1. Populasi	41

3.2.2. Sampel	41
3.4. Jenis Data.....	43
3.4.1. Data Primer.....	43
3.5. Teknik Pengambilan Data	44
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	47
3.7.2 Uji Instrumen Penelitian.....	48
3.7.2.1 Uji Validitas	48
3.7.2.2 Uji Reliabilitas	48
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	49
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	52
3.7.5.1 Uji T (Uji Parsial)	52
3.7.5.2 Uji F (Uji Simultan).....	53
3.7.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1 Sejarah Berdirinya	54
4.1.2 Visi dan Misi	55
4.2 Deskripsi Data Penelitian	55
4.2.1 Karakteristik Responden	55
4.3 Tanggapan Responden	60
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi (X_1).....	60
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	64
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah untuk Menabung (Y).....	70
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	75
4.4.1 Uji Validitas Instrumen	75
4.4.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	77
4.5 Uji Asumsi Klasik	78
4.5.1 Uji Multikolonieritas	78
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	79
4.5.3 Uji Normalitas	80
4.5.4 Regresi Linier Berganda.....	81
4.6 Uji Hipotesis.....	82
4.6.1 Uji T (Parsial).....	82

4.6.2 Uji F (Simultan).....	84
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	85
4.7 Pembahasan	86
4.7.1 Pengaruh Lokasi Terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.....	86
4.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam	87
4.7.3 Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama-sama Terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	64



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	18
Tabel 3.1 Skor skala likert	49
Tabel 3.2 Oprasional variabel	49
Tabel 3.3 Indikator reabilitas	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ..	34
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menabung	35
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi (X_1)	36
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	39
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Untuk Menabung (Y).....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji T (Parsial).....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan)	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53

AR - R A N I R Y

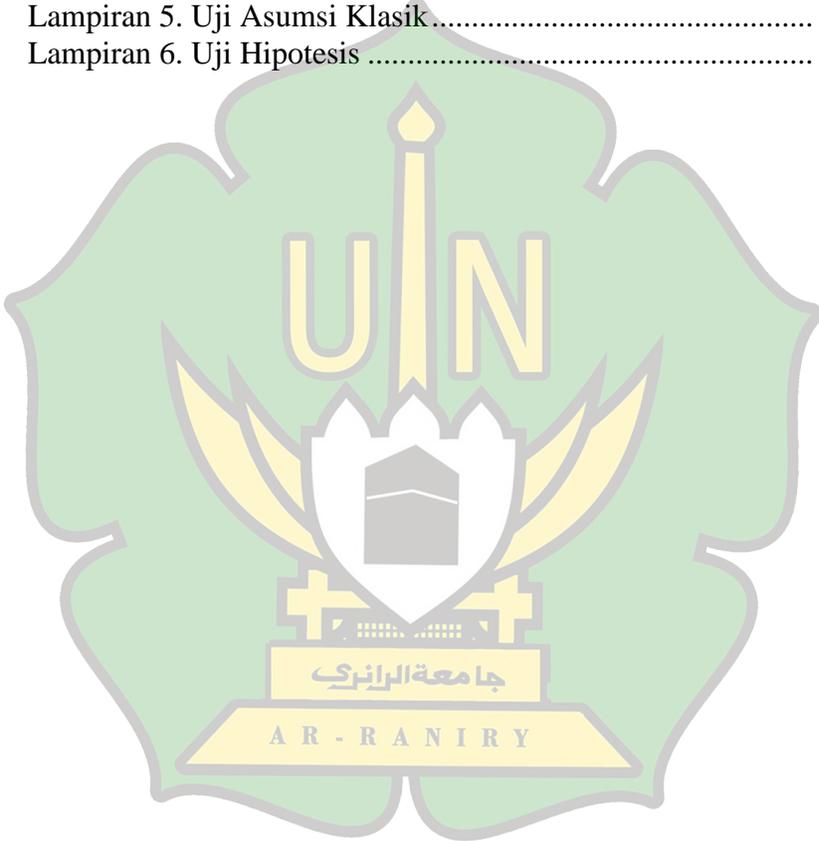
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	20
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	64
Lampiran 2. Persentase Karakteristik & Tanggapan Responden	68
Lampiran 3. Uji Validitas	77
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	84
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik	85
Lampiran 6. Uji Hipotesis	86



DAFTAR SINGKATAN

ATM: Anjungan Tunai Mandiri

Df: Derajat Kebebasan

LKS: Lembaga Keuangan Syariah

KBBI: Kamus Besar Bahasa Indonesia

KCP: Kantor Cabang Pembantu



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak dibidang keuangan. Pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank disebutkan sebagai 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 masyarakat (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Ada juga pengertian bank yang dikemukakan para ahli. Abdurachman (2001) mengatakan bahwa bank adalah suatu badan usaha yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai perusahaan-perusahaan, dan lain-lain.

Adapun pada saat krisis moneter yang pernah menimpa Indonesia pada tahun 1962-1963 yang berdampak besar pada industri perbankan. Banyak bank-bank konvensional yang dilikuidasi karena mengalami *negative spread* (tingkat suku bunga yang lebih rendah dari pada tingkat suku bunga tabungan). Namun hanya bank syariah yang menggunakan sistem bagi hasil yang dapat bertahan karena tidak di bebani kewajibanya untuk membayar bunga simpanan kepada nasabah. Bank syariah dapat

menunjukkan kinerja yang relatif lebih baik di bandingkan bank konvensional (Abhimantra, Maulina, & Agustianingsih, 2013)

Dalam persaingan antar lembaga keuangan saat ini semakin meningkat. Hal ini ditandai semakin banyaknya lembaga keuangan membuka kantor cabang, kantor cabang pembantu, dan kantor kas. Bank syariah tidak hanya bersaing dengan sesama bank syariah, tetapi juga dengan bank konvensional, bank asing dan lembaga keuangan lainnya. Semakin banyaknya jumlah bank, maka semakin tinggi persaingan antara sesama bank itu sendiri (Yasri, 2012).

Persaingan yang sangat ketat dalam dunia perbankan antara bank syariah dan konvensional dalam merangsang minat masyarakat untuk menabung dilakukan dengan berbagai strategi untuk menghimpun dana dari masyarakat. Strategi ini dilakukan dengan variasi produk, penawaran tingkat bunga yang cukup tinggi, pembukaan kantor cabang, undian hadiah dan kampanye di media masa (Abhimantra, Maulina, & Agustianingsih, 2013).

Dalam persaingan ini baik bank syariah maupun konvensional harus benar-benar bisa menerapkan strategi yang sesuai untuk kebutuhan masyarakat, alasannya karena keputusan seseorang untuk memilih produk tersebut memiliki variasi yang berbeda. Adanya pengambilan keputusan seseorang muncul sebagai reaksi atas sebuah masalah. Artinya ada ketidaksesuaian antara perkara saat ini dimana keadaan yang di inginkan, yang membutuhkan pertimbangan untuk membuat beberapa tindakan alternatif. Setiap keputusan membutuhkan interpretasi dan evaluasi informasi.

Dalam proses pengambilan keputusan rasional, pengambilan keputusan tersebut membuat pilihan yang konsisten dan memaksimalkan nilai dalam batasan tertentu (Robbins dan Judge, 2008).

Keputusan yang dibuat untuk menggunakan suatu produk atau jasa oleh nasabah muncul dari faktor-faktor tertentu. Proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen sering kali mengalami masalah yang didasarkan dari faktor kompleks yang menyangkut berbagai macam hal penentu keputusan tersebut. Oleh karena itu diharapkan pihak manajemen bank bisa lebih memahami apa saja faktor-faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan nasabah dalam melakukan pembelian (menggunakan produk/jasa bank) sehingga pihak pemasaran bank dapat lebih mudah memahami dalam pemenuhan keinginan nasabah (Viranti dan Ginanjar, 2015).

Adanya kemungkinan beberapa nasabah telah mengetahui dengan baik kelebihan dan kekurangan dari setiap perusahaan jasa yang menyediakan suatu model jasa dan tidak menutup kemungkinan ada pula banyak orang yang belum terlalu mengerti mengenai bagaimana model jasa itu dijalankan oleh pihak perusahaan (Gampu, 2015).

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk/ jasa suatu bank adalah lokasi, menurut lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Faktor lokasi ini menjadi alasan karena

kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah menjadi sangat nyaman (Lupiyoadi, 2001).

Walaupun digital banking sudah merebak luas, tetapi masyarakat akan tetap membutuhkan pusat lokasi *real* bank tersebut untuk kebutuhan-kebutuhan manual juga jika terjadi kendala. Misalnya melakukan transfer dalam jumlah yang sangat banyak, blokir akun karena keamanan, serta membuat buku bank.

Menurut Kotler (2002: 60) salah satu kunci sukses adalah lokasi. Lokasi di mulai dengan memilih komunitas, keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.

Alasan peneliti memilih Bank Aceh Syariah KCP Darussalam karena selain lokasinya strategis juga mayoritas nasabahnya adalah mahasiswa dan pegawai sekitaran Darussalam Banda Aceh, malah penulis mendapatkan data pula kebanyakan para pegawai tinggalnya diluar area Darussalam. Hal ini membuat penulis ingin mengetahui mengapa peminat penabung di Bank tersebut ramai, malah dalam pandemipun tidak menurunkan jumlah penabungnya.

Dari beberapa referensi yang penulis baca, peneliti memilih faktor lokasi dan kualitas pelayanan menjadi variabel terkuat untuk mengetahui minat nasabah memilih menabung di Bank tersebut.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk/ jasa suatu bank adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu (Tjiptono, 2000).

Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah karena pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan para pelanggan/nasabah. Pelayanan merupakan pengantar bagi aliran Nilai tambah yang akan disampaikan kepada nasabah, sampai nilai tambah itu dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah (Tambunan, 2013).

Apabila pelayanan yang diterima nasabah tidak baik maka kualitas pelayanan bank syariah tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang kurang baik. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Febriana (2016), dinyatakan bahwa masih ada gap (kesenjangan) antara harapan yang dimiliki oleh nasabah dengan persepsi nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah, sehingga hal ini mengindikasikan harapan nasabah lebih tinggi dari pada pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan oleh bank syariah bagus maka akan dipersepsikan baik pula oleh nasabah. Hal ini sejalan

dengan penelitian oleh Koestanto dan Yuniati (2014) yang menyebutkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Indonesia sendiri merupakan negara berpenduduk muslim terbesar di dunia hampir 85% yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Oleh karena itu Indonesia merupakan salah satu modal utama bagi Bank maupun Lembaga Keuangan Syariah (LKS) untuk menjangkau nasabah khususnya yang beragama Islam (Tyas dan setiawan, 2012). Melihat perkembangan lembaga keuangan saat ini, seharusnya pihak lembaga keuangan tersebut dapat menerapkan strategi agar nasabah termotivasi untuk menabung yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Dengan kata lain, lembaga keuangan tersebut harus meningkatkan kualitas pelayanan.

Dalam hal ini yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perbankan, adalah bagaimana pihak bank dapat menarik nasabah dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para nasabah puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Tentu saja tujuannya tidak lain adalah untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpaling menggunakan produk atau jasa dari perusahaan lain. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan, karena pelayanan berhubungan langsung dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen (Purnama, 2013).

Dari masalah yang dijelaskan pada latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti tema skripsi yang berjudul **Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.**

1.2. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah kantor cabang pembantu darussalam?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah kantor cabang pembantu darussalam?
3. Bagaimana pengaruh Lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah kantor cabang pembantu darussalam?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakanag dan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Aceh Syariah kantor cabang pembantu darussalam.

2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Aceh Syariah kantor cabang pembantu darussalam.
3. Mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Aceh Syariah kantor cabang pembantu darussalam.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan dan literatur bagi seluruh mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) khususnya jurusan S1 Perbankan Syariah untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah kantor cabang pembantu darussalam.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, diantaranya untuk:

a. Bagi penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti yaitu sebagai syarat menyelesaikan pendidikan program studi Perbankan Syariah Srata 1 di Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh dan juga untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap

keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah kantor cabang pembantu darussalam, sehingga ketika wawasan dan pengetahuan sudah bertambah maka peneliti mampu mengaplikasikan ilmu yang telah didapat ke dalam dunia kerja atau ke dalam kehidupan sehari-hari.

b. Masyarakat umum

Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi sumber informasi dan bacaan bagi masyarakat dalam memahami pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah kantor cabang pembantu darussalam.

c. Penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan baru dan pendongkrak bagi penulis, apabila melanjutkan penelitian kedepannya untuk lebih mengetahui strategi-strategi marketing yang dibutuhkan perusahaan. Selain itu bisa mengamalkan pengetahuan yang penulis dapatkan dari penelitian ini.

d. Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan literature untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah kantor cabang pembantu darussalam dan pihak universitas dapat memberi masukan kepada instansi terkait (bank syariah) tentang teori-teori yang relevan dengan

perbankan syariah untuk diaplikasikan didalam dunia kerja dan pihak universitas juga dapat memberikan masukan berupa saran atau kritikan yang membangun kepada pihak terkait atau lembaga Bank.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran dan memudahkan pembahasan dalam skripsi ini, maka akan disajikan sistematika penulisan yang merupakan garis besar dari skripsi ini, sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

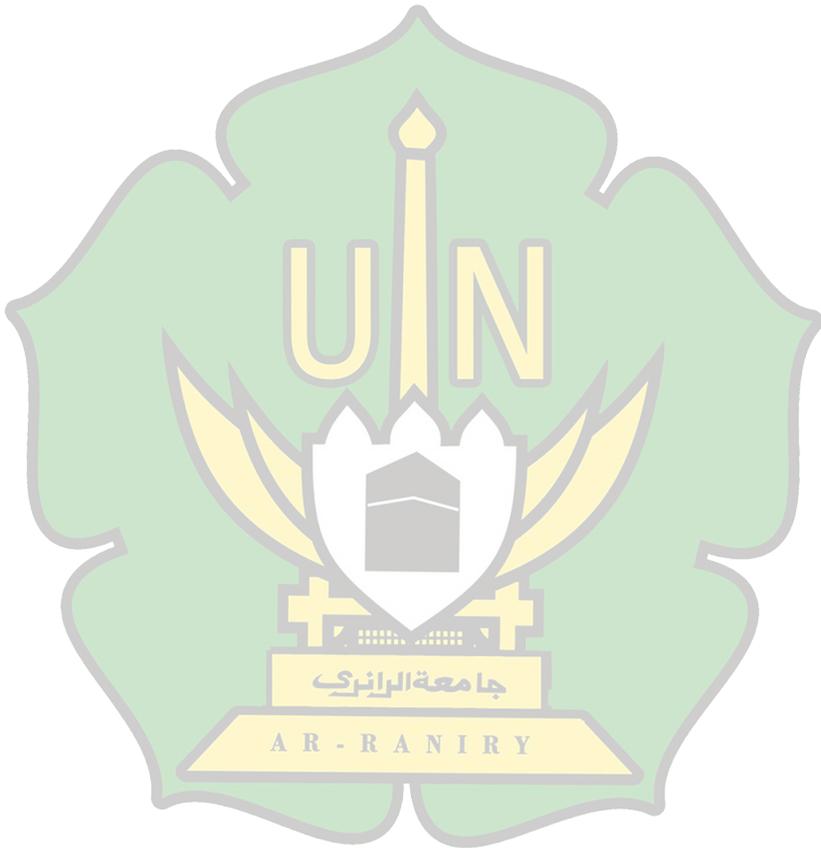
BAB I PENDAHULUAN, Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI, Bab ini menguraikan beberapa literatur dan pengertian yang nantinya akan digunakan sebagai dasar teori dalam membahas masalah terkait literasi keuangan syariah serta berisi kerangka pikir penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, Bab ini mencakup metode yang digunakan dalam penelitian dari jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data-data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN, Bab ini menjelaskan tentang pembahasan dari hasil penelitian mengenai tingkat literasi keuangan syariah pada masyarakat pesisir dengan menggunakan metode kuantitatif.

BAB V PENUTUP, Bab ini berisikan kesimpulan, saran serta rekomendasi atas dilaksanakannya penelitian ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Keputusan Nasabah untuk Menabung

Keputusan nasabah Menurut Olson dalam Sangaji dan Sopiah (2013) merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satunya. Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Beberapa konsumen memilih membeli barang-barang yang berbeda disebabkan oleh perbedaan karakteristik pribadi (kebutuhan, manfaat, sikap, nilai pengalaman masa lalu dan gaya hidup) dan pengaruh sosial (perbedaan kelas sosial, kelompok rujukan atau kondisi keluarga) (Boyd, 2000).

Keputusan dalam pengertian lain adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik, ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekati pada tujuan tersebut. Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif (Salusu, 1996).

Menurut Frederick (1998) Pengambilan keputusan adalah tindakan pemilihan alternatif. Hal ini berkaitan dengan fungsi

manajemen. Misalnya, saat manajer merencanakan, mengelola, mengontrol, mereka membuat keputusan. Akan tetapi, ahli teori klasik tidak menjelaskan pengambilan keputusan tersebut secara umum. Frederick Wilson Taylor hanya menyinggung tentang metode ilmiah sebagai sebuah pendekatan untuk pengambilan keputusan. Seperti yang tertuang dalam bukunya *“The Functions of the Executive”* Chester Barnard (1938) memberikan analisis komprehensif mengenai pengambilan keputusan dan menyatakan "Proses keputusan merupakan teknik untuk mempersempit pilihan."

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan juga harus menjawab pertanyaan, tentang apa yang harus dan dilakukan dan apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Keputusan dapat merupakan tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula. Keputusan yang baik pada dasarnya dapat digunakan membuat rencana dengan baik pula (Putri, 2016).

Selain itu menurut Marimin (2004) dalam mengambil keputusan seseorang seringkali dihadapkan pada berbagai kondisi antara lain unik, tidak pasti, jangka panjang dan kompleks. Yang dimaksud dalam kondisi unik adalah masalah tersebut tidak mempunyai preseden dan di masa depan mungkin tidak akan berulang kembali.

Agar pengambilan keputusan dapat lebih terarah, maka perlu diketahui unsur-unsur atau komponen-komponen dari pengambilan keputusan tersebut. Unsur-unsur dari pengambilan keputusan tersebut adalah mengetahui lebih dahulu apa tujuan dari pengambilan keputusan itu, identifikasi alternatif- alternatif keputusan untuk memecahkan masalah, adalah mengadakan identifikasi alternative yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut, perhitungan mengenai faktor- faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau di luar jangkauan manusia, yaitu suatu keadaan yang dapat dibayangkan sebelumnya, namun manusia tidak sanggup atau tidak berdaya untuk mengatasinya, sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari suatu pengambilan keputusan, adalah adanya sarana atau alat untuk mengevaluasi atau menguku hasil dari pengambilan keputusan itu (Maski, 2010).

Perilaku nasabah akan menentukan pengambilan keputusan terhadap nasabah. Tidak semua situasi pengambilan keputusan nasabah berada dalam tingkatan yang sama. Ada keputusan pembelian yang memerlukan usaha yang lebih luas, dan arti memerlukan proses yang lebih panjang dan melelahkan, namun keputusan pembelian tetap dilakukan. Sebaliknya ada pula pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, tanpa pemikiran yang panjang, kondisi ini terjadi karena nasabah sudah menganggap bahwa proses yang biasa atau berulang-ulang (Setiadi, 2003).

Menurut Kotler dan Keller (2009). Keputusan pembelian konsumen adalah proses psikologis dasar yang memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Perusahaan yang cerdas berusaha untuk memahami proses keputusan pembelian pelanggan secara penuh yaitu semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih, menggunakan dan bahkan menyingkirkan produk. Proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian aktual dan mempunyai konsekuensi dalam waktu setelahnya.

2.1.1 Proses Keputusan Menabung

Suatu kegiatan jual beli yang dilakukan oleh konsumen memiliki tolak ukur pada masing-masing nasabah sebelum mengambil keputusan memilih dan membeli pada tempat tersebut, pada penelitian ini faktor lokasi yang strategis dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank tersebut. Ringkasnya proses pemilihan untuk menabung merupakan suatu rangkaian tahapan yang diambil oleh seorang konsumen. Menurut Kotler (2002) proses pengambilan keputusan untuk memilih menabung terdiri dari:

- a. Pengenalan kebutuhan yaitu pada tahap ini konsumen mengenali dan merasakan adanya suatu masalah atau kebutuhan, seperti yang dikutip Alwisol (2007). Menurut Murray bahwasanya kebutuhan memiliki proses seperti persepsi, berfikir, berbuat untuk mengubah kondisi yang ada

dan tidak memuaskan, artinya calon nasabah sedang melakukan proses mempelajari apakah produk Bank Aceh Syariah ini sesuai atau tidak dengan kebutuhannya.

- b. Pencarian informasi yaitu pada tahap ini konsumen mulai mencari lebih banyak informasi tentang suatu produk yang dianggap dapat memuaskan kebutuhan tersebut. Hal ini didukung oleh pernyataan Bodnar (2000) dengan adanya informasi sebagai data yang diolah dapat membantu konsumen untuk mengambil keputusan yang tepat untuk menabung pada Bank Aceh Syariah tersebut.
- c. Evaluasi alternatif yaitu pada tahap ini konsumen benar-benar membeli produk dengan mengacu pada informasi yang telah diperoleh. Hal ini didukung oleh Ratumanan (2003) yang bahwasanya evaluasi sebagai suatu proses yang sistematis dalam menentukan tingkat pencapaian tujuan instruksional, artinya konsumen akan sepakat membeli produk tersebut karena sudah sesuai dengan keseluruhan informasi yang didapatkan.
- d. Keputusan pembelian yaitu pada tahap ini konsumen menggunakan informasi yang sudah diperoleh untuk mengevaluasi produk yang akan dibeli. Maksudnya adalah setelah memperoleh informasi yang jelas tentang produk tersebut, barulah konsumen dapat menyimpulkan keputusan untuk membeli produk tersebut. Seperti pernyataan Siagian (2008) bahwasanya pengambilan keputusan adalah suatu

pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi konsumen, mengambil tindakan menurut perhitungan merupakan keputusan yang paling efektif.

- e. Perilaku paska pembelian yaitu pada tahap ini konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli produk berdasarkan pada rasa puas atau tidak puas. Seperti pernyataan Notoatmojo (2007) yang menyatakan bahwa perilaku merupakan hasil hubungan antara perangsang, tanggapan dan respon, maksudnya adalah setelah konsumen merasakan produk Bank Aceh Syariah tersebut baru bisa memberikan tanggapan puas atau tidak serta merespon apakah akan tetap memakai produk tersebut atau berhenti.

2.1.2 Tingkat-Tingkat Pengambilan Keputusan Menabung

Menurut Salusu (2006) Setiap keputusan mempunyai kehebatan yang berbeda-beda. Ada keputusan yang tidak mempunyai makna, sebaliknya ada yang mempunyai makna global yang luar biasa. Ada keputusan yang sangat sederhana, ada yang sangat kompleks.

Brinckloe (1977) menawarkan bahwa sebenarnya ada empat tingkat keputusan, yaitu (1) *automatic decisions*, (2) *expected information decision*, (3) *factor weighting decision* dan (4) *dual uncertainty decision*. Setiap keputusan, menurutnya, jatuh dalam salah satu kategori itu.

1) Keputusan otomatis (*Automatic decision*)

Keputusan ini dibuat dengan sangat sederhana. Meski ia sederhana, informasi tetap diperlukan. Hanya, informasi yang ada itu sekaligus melahirkan satu keputusan.

Misalnya, seorang pengemudi mobil yang memperoleh informasi diperempatan jalan berupa lampu merah, akan membuat keputusan otomatis berhenti. Informasi itu identik dengan keputusan. Setiap pengemudi lain akan membuat keputusan yang sama apabila dihadapkan dengan informasi serupa.

2) Keputusan berdasar informasi yang diharapkan (*expected information decision*)

Tingkat informasi disini mulai sedikit kompleks, artinya informasi yang ada sudah memberi aba-aba untuk mengambil keputusan. Akan tetapi, keputusan belum segera dibuat, karena informasi itu masih perlu dipelajari. Setelah hasil studi diketahui, keputusan langsung dibuat, sama seperti keputusan otomatis.

3) Keputusan berdasar berbagai pertimbangan (*faktor weighting decision*)

Keputusan jenis ini lebih kompleks lagi. Lebih banyak informasi yang diperlukan. Informasi-informasi itu harus dikumpulkan dan dianalisis. Faktor-faktor yang berperan dalam informasi itu dipertimbangkan dan dibandingkan, kemudian dicari yang paling banyak memberi keuntungan atau kesenangan.

Misalnya, seseorang yang hendak membeli arloji, akan membandingkan harganya, kualitasnya, penampilan atau modelnya,

nilai arloji itu, yaitu sejauh mana arloji itu memiliki makna yang berarti baginya.

Bahkan bukan hanya membandingkan arloji itu di satu toko, tetapi ia akan bolak balik di antara beberapa toko. Mungkin ia memerlukan beberapa jam bahkan beberapa hari sebelum menjatuhkan putusan membeli arloji yang diinginkan.

4) Keputusan berdasar ketidakpastian ganda (*dual uncertainty decisions*)

Keputusan tingkat empat ini merupakan keputusan yang paling kompleks. Jumlah informasi yang masih akan diharapkan, terdapat ketidakpastian. Itulah sebabnya dikatakan “*dual uncertainty*,” ketidakpastian ganda. Semakin luas ruang lingkup dan semakin jauh dampak dari suatu keputusan, semakin banyak informasi yang dibutuhkan dan semakin tinggi ketidakpastian itu. Oleh karena itu, keputusan-keputusan semacam itu sering mengandung risiko yang jauh lebih besar dari pada keputusan-keputusan tingkat dibawahnya.

Ketidakpastian itu merupakan satu karakteristik utama dan *tough decisions*. Dalam situasi seperti itu terdapat keraguan dan kekurangtepatan membuat prediksi mengenai informasi yang kritis. Selain itu, pembuat keputusan kurang dapat memisahkan informasi-informasi itu ke dalam kategori yang relevan dan yang tidak relevan.

2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Untuk Menabung

Banyaknya perbankan saat ini membuat persaingan antar bank melonjak untuk mendapatkan konsumen, hal ini tentu saja diakibatkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung pada bank tersebut.

Salah satu variabel yang mempengaruhi nasabah untuk menabung ke bank tersebut adalah lokasi, lokasi (*place*) merupakan bauran pemasaran (*marketing mix*) ketiga setelah produk (*product*), dan harga (*price*). Lokasi pada pemasaran perusahaan manufacturing adalah saluran distribusi dimana produk disediakan untuk terjadinya penjualan. Lokasi bank adalah jejaring dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah (wahjono, 2010).

- a. Lokasi (*place*) lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri. Jadi, dapat disimpulkan bahwa lokasi bank adalah tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam (bank syariah) (Kasmir, 2010).

Sementara menurut Lupiyoadi (2001) lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Menurut Kotler (2002) dalam penentuan lokasi di mulai dengan memilih komunitas, keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya.

- b. Produk (*product*) adalah sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan bank kepada masyarakat agar menarik perhatian untuk penggunaan kosumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan seseorang (Kotler, 2008).
- c. Harga (*price*) adalah merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan antara nasabah dan bank agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2014).

Menurut Lovelock dalam Tjiptono (2000) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan

refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu.

Dari definisi diatas setelah peneliti membaca beberapa referensi, didapatkanlah faktor lokasi yang jarang diteliti ternyata sangat berpengaruh terhadap nasabah dalam memilih menabung pada bank tersebut, sementara pada kualitas pelayanan penulis lebih membahas tentang sistem dan responnya.

2.2.1 Lokasi

Menurut Ujang (2004:280), "lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja". Sementara menurut Kasmir (2010) lokasi lebih didefinisikan tempat untuk melayani konsumen, serta untuk memajukan barang- barang dagangannya sebagai promosi.

Lokasi merupakan faktor penting dalam penting dalam pemasaran. Dalam Islam, penentuan lokasi didasari pada etika dalam bauran pemasarannya. Adapun etika pemasaran dalam konteks lokasi sebagai berikut (Muhammad, 2005):

- a. Kecepatan dan ketepatan waktu,
- b. Keamanan dan keutuhan barang,
- c. Sarana memberikan pelayanan kepada masyarakat,
- d. Konsumsi mendapat pelayanan tepat dan cepat.

Hubungan lokasi terhadap keputusan pembelian menurut Ma'ruf (2005: 114) menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di mana lokasi yang tepat, sebuah

gerai akan lebih sukses di bandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama (Tyas dan Setiawan, 2012).

Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah untuk mendekatkan diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah kredit, namun selain itu terdapat beberapa tujuan dalam penentuan lokasi bank, yaitu:

- a. Memudahkan pelayanan nasabah dengan mendekati dan memudahkan pencapaiannya (aksesibilitas).
- b. Termasuk dalam pengertian aksesibilitas ini adalah bukan hanya dekatnya jarak, tetapi juga kemudahan menjangkaunya dari angkutan umum, terletak di jalan yang mudah di jangkau dari arah mana saja, terletak di tengah kota, dan banyak dilewati angkutan kota sepanjang jam kerja kantor bank. Termasuk kemudahan dalam hal parkir kendaraan.
- c. Kemudahan pemasangan dan ketersambungan dengan jejaring teknologi.
- d. Lokasi memungkinkan bank menata kantor dan tata letak *in/out-door* dengan leluasa sehingga mendukung ketersediaan parkir ruang layanan, ruang tunggu dan sarana layanan lainnya sehingga mampu membuat kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa bank.

- e. Tata letak di dalam kantor memungkinkan sistem antrian yang efektif tapi sekaligus efisien. Dukungan penataan udara ruangan, kelapangan lokasi antrian, dukungan hiburan ditempat antrian (*audio-vodio*) adalah hal yang perlu di perhatikan.
- e. Memudahkan tenaga kerja penggerak kantor bank dalam mencapainya. Hal ini diharapkan dapat mempermudah karyawan dalam melayani nasabah dengan baik tanpa di ganggu dengan keterlambatan masuk kantor dengan alasan jalanan ramai dan padat (wahjono, 2010).

Menurut Yulianto (2009) secara umum tujuan lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi tersebut. Lokasi menjadi salah satu yang mempengaruhi nasabah dikarenakan oleh kedekatan antar rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung sehingga membuat nasabah merasa nyaman.

Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran. Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi, yakni: “sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi” (Sahade dan Musa, 2009).

2.2.1.1 Indikator Lokasi Terhadap Minat Menabung

Dalam mendirikan perusahaan, pemilihan lokasi sangat dipertimbangkan. Karena pemilihan lokasi merupakan faktor

bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan. Pertimbangan dalam menentukan lokasi meliputi faktor-faktor sebagai berikut (Tjiptono, 2000):

1. Akses terjangkau

Faktor akses sangat berpengaruh penting untuk pertimbangan konsumen memilih lokasi Bank Aceh Syariah tersebut, alasannya rata-rata Perbankan memang memilih lokasi di perkotaan, tetapi bagaimana akses menuju ke bank di perkotaan tersebut sangat di pertimbangkan. Selain itu akses dengan kantor/ gedung lain dekat akan menjadi nilai tambah konsumen, seperti rumah sakit dan universitas.

Selanjutnya selain akses menuju ke bank, pada zaman sekarang sudah ada namanya mesin ATM (anjungan tunai mandiri) pada berbagai tempat tentunya memudahkan nasabah agar tidak mesti melakukan transaksi ke bank tersebut. Pernyataan ini didukung teori Schlager dan Ostrom (1992) akses adalah hak untuk memasuki, memakai dan memanfaatkan kawasan tertentu.

2. Visibilitas

Faktor visibilitas adalah keadaan tempat yang akan mempengaruhi minat konsumen mulai dilihat dari kawasan industry/ lingkungan perkantornya, area kawasan industry/ lingkungan perkantornya, saat memasuki ruangan, sampai dengan kemudahan fisik

bangunannya. Hal ini didukung oleh pernyataan Tjiptono (2002) yaitu visibilitas adalah lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

3. Fasilitas area parkir

Menurut Warpani (1990) tempat parkir adalah meletakkan kendaraan dari suatu tempat untuk durasi tertentu untuk menuju ke suatu tempat, maka diperlukan tempat parkir. Konsumen tentunya memerlukan tempat yang luas agar kendaraannya terhindar dari kerugian seperti lecet karena berdesakan, serta menjamin keamanan dari pencurian.

4. Dekat sarana umum

Menurut Moenir (2006) sarana dapat diartikan sebagai yang dapat dipakai/ digunakan sebagai alat yang dapat mempermudah dan memperlancar kita dalam maksud tujuan tertentu.

Artinya bahwa, jika lokasi bank ataupun ATM tersebut dekat dengan sarana umum seperti kampus dan rumah sakit, tentunya akan mempengaruhi nasabah untuk menggunakannya.

2.2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Goetsh dan Davis dalam Tjiptono dan Diana (2000: 4) mendefinisikan “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Sedangkan menurut *American Society For Quality Control* dalam Rambat Lupiyoadi (2001) definisi kualitas yaitu “Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan”.

Kualitas memiliki pengertian kadar, mutu, atau tingkat baik buruknya suatu hal (Fajri dan Senja, 2008). Sedangkan pelayanan adalah usaha untuk melayani kebutuhan orang lain, kemudahan yang diberi berkaitan dengan jual beli suatu produk (barang atau jasa) (Tim Penyusun Kamus, 1989). Menurut Tjiptono dan Chandra (2007) kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu diberikan sesuai dengan perkiraan pelanggan, mulai dari sistem yang diterapkan, kualitas produk, sampai respon serta tanggapan yang diberikan sebuah bank dalam mengayomi nasabahnya (Mastura 2018).

Pelayanan adalah kegiatan-kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat takteraba (*intangible*), yang merupakan kebutuhan, dan tidak harus terikat penjual produk atau jasa lain. Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu (Stanton, 2001).

Menurut Daryanto (2014) Pada dasarnya pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau masyarakat. Pelayanan tidak dapat mengakibatkan

peralihan hak atau kepemilikan dan terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001 :148) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai “Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh”.

Menurut Supranto (2011) kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan kualitas pelayanan menurut Cristian (2007) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Ketika produk berwujud tidak dapat dengan mudah dibedakan, kunci utama keberhasilan kompetitifnya terletak pada penambahan nilai jasa pelayanan yang baik dan peningkatan kualitas produk. Pembeda jasa pelayanan yang dapat dinikmati oleh konsumen ialah kemudahan pemesanan, pengiriman, instalasi atau pemasangan, pelatihan konsumen, konsultasi konsumen, dan perawatan dan perbaikan (Wulandari 2018).

2.2.2.1 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Umar (2000), untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut;

1. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap risiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa.
2. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.
3. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu suatu lingkungan fisik di mana jasa disampaikan dan di mana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan komponen-komponen tangibles akan memfasilitasi komunikasi jasa tersebut.
4. *Emphaty* (empati), yaitu kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*aces*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau

memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

5. *Responsiveness* (ketanggap), yaitu kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen;

Dari pengertian diatas yang diuraikan menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas pada dasarnya bersifat relative yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasinya, namun secara umum pengertian kualitas dapat didefinisikan sebagai fitur yang memiliki kesesuaian antara apa yang dirasakan pelanggan dengan apa yang diharapkan pelanggan.

2.2.2.2 Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Definisi kualitas pelayanan dalam islam adalah dengan menerapkan nilai-nilai yang sesuai pedoman ajaran islam, seperti dalam melayani nasabah dengan jujur, amanah, dan secara sopan santun/ ramah (Didin, 2003).

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.

Hal ini sesuai firman Allah SWT.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَمِمْوا الْحَيْثُ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji."* (QS. Al-Baqarah [2]: 267).

Sebagai agama yang rahmatil lil 'alamin, yaitu rahmat bagi seluruh alam, Islam mengatur segala urusan manusia, baik hal terkecil maupun hal terbesar, termasuk dalam hal muamalah, seperti transaksi antara bank syariah dan nasabah. Direksi, manajemen dan karyawan bank syariah harus melayani nasabah dengan baik supaya dapat membantu nasabah dalam memenuhi kebutuhannya.

Allah SWT berfirman:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: *"...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya."*(QS. Al-Ma'idah [5]: 2)

2.3 Penelitian Terdahulu

Peneliti telah memilih beberapa judul penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini serta dapat mendukung penelitian ini dengan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang terdapat pada setiap penelitian-penelitian tersebut.

Penelitian Mastura (2018) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah (studi pada PT. Bank Aceh syariah KCP Banda Aceh). Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Banda Aceh dengan teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Adapun perbedaan penelitian penulis dengan penelitian ini yaitu penelitian penulis tidak menggunakan variabel kepercayaan dan perbedaan lainnya terdapat pada lokasi atau objek yang berbeda dalam penelitian ini. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan serta metode penelitian yang sama.

Penelitian Nopitasari (2017) dengan judul Pengaruh lokasi, produk, reputasi, dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan bank syariah. populasi yang di ambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Surakarta sejumlah

8026 mahasiswa dan 100 mahasiswa sebagai sampel. Adapun perbedaan penelitian penulis tidak menggunakan variabel reputasi dan terdapat pada produk dalam penelitian ini. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel lokasi serta metode penelitian kuantitatif.

Penelitian Iftia (2017) dengan judul Pengaruh persepsi nasabah tentang promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah (studi kasus pada bank BJBsyariah kantor cabang pembantu cikarang). populasi yang diambil adalah nasabah bank BJB syariah Kantor Cabang Pembantu Cikarang, dengan jumlah populasi 3000 nasabah dan sebanyak 100 nasabah sebagai sampelnya. Adapun perbedaan penelitian penulis tidak menggunakan variabel persepsi nasabah tentang promosi. Sedangkan persamaannya menggunakan variabel kualitas pelayanan serta metode penelitiannya kuantitatif.

Penelitian Ramadhaning dan Ari Setiawan (2012) dengan judul Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan keputusan nasabah untuk menabung di BMT sumber mulia tuntang. jumlah populasi 300 nasabah yang merupakan jumlah keseluruhan nasabah yang menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang selama tahun 2012 sampai dengan bulan juni. Sedangkan sampelnya adalah 30 responden. Adapun perbedaan penelitian penulis terletak pada lokasi penelitian, tetapi memiliki persamaan pada metode penelitiannya yaitu kuantitatif.

Untuk memperjelas penelitian terdahulu maka dapat di tampilkan matrik penelitian terdahulu pada table 2.1 berikut:

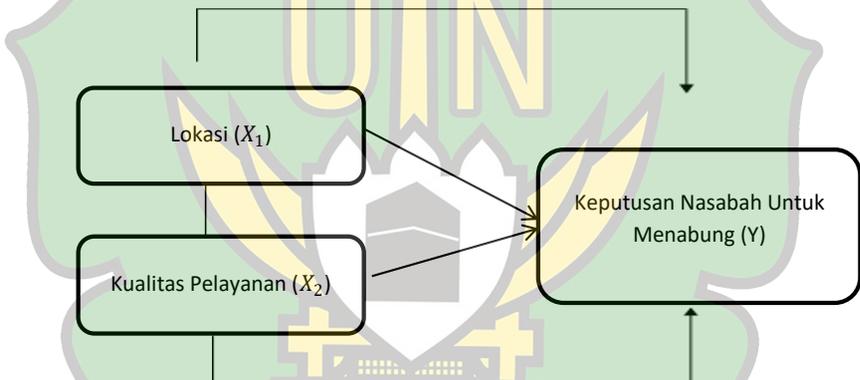
Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
1	Zainatun Mastura (2018)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah (studi pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)	Metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2	Eka Nopitasari (2017)	Pengaruh lokasi, produk, reputasi, dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa iain Surakarta menggunakan bank syariah	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah. Sedangkan Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.
3	Hidayah Iftia (2017)	Pengaruh persepsi nasabah tentang promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah (studi kasus pada bank bjb syariah kantor cabang pembantu cikarang)	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, hubungan antara variabel persepsi nasabah tentang promosi terhadap minat menabung nasabah adalah rendah. Namun hasil tersebut searah karena hasilnya positif.
4	Tyas Rizqa Ramadhaning dan Ari Setiawan (2012)	Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan keputusan nasabah untuk menabung di BMT sumber mulia tuntang	Metode Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan yang terdiri dari reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles terhadap keputusan menabung.

2.4 Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran adalah kerangka (gambar) yang menjelaskan hubungan pengujian antar variabel, yang bertujuan supaya memperjelas maksud pelaksanaan penelitian dan memudahkan dalam pemahaman maka dijelaskan kerangka pemikiran sebagai landasan dalam pemahaman (A.Wahid, 2017:19).

Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir



Kerangka berfikir yang diatas menggambarkan bahwa variabel independen dalam hal ini: merupakan Lokasi(X_1) dan Kualitas pelayanan(X_2) yang berpengaruh terhadap variabel independen yaitu keputusan menabung untuk menabungdi Bank Aceh Syariah (Y) yang kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi untuk mencari pengaruh dari masing-masing variabel.

2.5 Hipotesis

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu *Hypo* yang mempunyai arti dibawah dan *thesa* yang berarti kebenaran. Secara etimologis hipotesis berarti kebenaran yang masih diragukan. Hipotesis dapat diartikan suatu jawaban yang masih bersifat sementara terhadap permasalahan yang diteliti, sampai terbukti berdasarkan data yang telah dikumpul dan diuji (Abdullah & Saebani, 2014)

2.5.1 Pengaruh Lokasi terhadap keputusan nasabah untuk menabung

Pengaruh lokasi merupakan suatu kaitan yang sangat erat terhadap minat nasabah untuk menabung. Dengan adanya lokasi yang strategis atau nyaman, nasabah akan tertarik untuk menabung dan akan menjadi keuntungan besar bagi pihak bank tersebut.

Berdasarkan penelitian Mastura (2018) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah, Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di banda aceh.

Iftia (2017) bahwa hubungan antara variabel persepsi nasabah tentang promosi terhadap minat menabung nasabah adalah rendah. Namun hasil tersebut searah karena hasilnya positif.

Nopitasari (2017) dalam penelitiannya tentang Pengaruh lokasi, produk, reputasi, dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa iain Surakarta menggunakan bank syariah. Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah. Sedangkan Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Hipotesis variabel lokasi (X1) diterima/ ditolak apabila:

H_1 : Lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung

2.5.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung

Pengaruh kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kualitas yang sangat bagus dan pelayanan cukup memadai, berarti akan menguntungkan bagi perusahaannya sendiri dan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka.

Berdasarkan penelitian Mastura (2018) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah, Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di banda aceh.

Nopitasari (2017) dalam penelitiannya tentang Pengaruh lokasi, produk, reputasi, dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa iain Surakarta menggunakan bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah.

Sedangkan Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Iftia (2017) dalam penelitiannya mengenai tentang Pengaruh persepsi nasabah tentang promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah (studi kasus pada bank bjb syariah kantor cabang pembantu cikarang). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, hubungan antara variabel persepsi nasabah tentang promosi terhadap minat menabung nasabah adalah rendah. Namun hasil tersebut searah karena hasilnya positif.

Lovelock dalam Tjiptono (2000: 58) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu.

Menurut Kotler dan Keller (2009). Keputusan pembelian konsumen adalah proses psikologis dasar yang memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Perusahaan yang cerdas berusaha untuk memahami proses keputusan pembelian pelanggan secara penuh yaitu semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih, menggunakan dan bahkan menyingkirkan produk. Proses

pembelian dimulai jauh sebelum pembelian aktual dan mempunyai konsekuensi dalam waktu setelahnya.

Hipotesis variabel kualitas pelayanan (X_2) diterima/ ditolak apabila:

H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung

H_o : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung

2.5.3 Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah untuk menabung

Hipotesis variabel lokasi dan kualitas pelayanan diterima atau ditolak secara simultan/ bersama-sama terhadap keputusan nasabah apabila:

H_1 : Lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan/ bersama-sama terhadap keputusan nasabah untuk menabung

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data biasanya menggunakan instrumen penelitian seperti kuesioner atau angket, wawancara dan lain sebagainya, kemudian data yang telah didapatkan dianalisis dengan menggunakan statistik dengan tujuan menguji dugaan sementara yang telah ditetapkan terlebih dahulu (Sugiyono, 2016).

Sedangkan berdasarkan klasifikasinya penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Narbuko dan Achmadi (2013) menjelaskan bahwa metode penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memaparkan pemecahan dari masalah yang ada sekarang yang berasal dari data-data, jadi penelitian deskriptif juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Sedangkan pendekatan penelitian ini mengacu kepada penelitian *field research*. Penelitian *field research* merupakan penelitian lapangan, jadi peneliti harus ikut terjun ke lapangan untuk mengumpulkan sejumlah data yang diperlukan (Bungin, 2005).

3.2. Metode Penentuan Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah nasabah pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 43.310 nasabah yang menabung (Bank Aceh KCP Darussalam).

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2016). Alasan dilakukannya teknik pengambilan sampel adalah karena jumlah populasi yang banyak sehingga tidak mungkin untuk mengumpulkan semua anggota populasi karena akan membutuhkan biaya dan tenaga yang tidak sedikit, kualitas data yang dihasilkan oleh sampel lebih teliti dibandingkan populasi, dan proses penelitian menggunakan sampel relatif lebih cepat daripada populasi (Priadana dan Lubis, 2009:104).

Peneliti menggunakan rumus Slovin dalam perhitungan sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, berikut rumus Slovin yang dikemukakan oleh (Umar, 2013).

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel / jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di tolerir bisa 1%, 5%, 10% pada penelitian ini menggunakan tingkat tolerir sebesar 10%.

Berdasarkan pada jumlah data nasabah yang menabung pada tahun 2016, 2017, 2018, 2019 maka penentuan jumlah sampel yang digunakan adalah.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (3.1)$$

$$n = \frac{43.310}{1+(43.310)(0,1\%)^2}$$

$$n = \frac{43.310}{434,1}$$

$n = 99,7$ atau dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan dari rumus slovin diatas maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Maka dari

jumlah sampel peneliti hanya mengambil 100 responden saja dari jumlah populasi 43.310 nasabah.

3.3 Lokasi penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian bertempat pada Kantor Pusat Operasional (KCP) PT. Bank Aceh Syariah yang beralamat di Jl. T. Nyak Arief No. 318-319 Darussalam, Banda Aceh.

Pemilihan lokasi merupakan faktor yang sangat penting untuk bisa mendapatkan data-data dari hasil jawaban yang diberikan oleh responden, penulis memilih lokasi di Kantor Pusat Operasional (KCP) PT. Bank Aceh Syariah yang beralamat di Jl. T. Nyak Arief No. 318-319 Darussalam, Banda Aceh. dikarenakan letaknya lebih dekat dengan tempat tinggal, tidak banyak menghabiskan biaya transportasi dan berada di pingiran wilayah kota Banda Aceh namun juga lebih dekat dengan bersebelahan langsung dengan wilayah kabupaten Aceh Besar, pada lokasi tersebut juga tersedia fasilitas yang memadai.

3.4. Jenis Data

3.4.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data secara langsung pada subyek sebagai sumber informasi untuk data yang dicari (Wiyono, 2011).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan ke Nasabah Bank Aceh Syariah tersebut. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016).

3.5. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data dengan kuesioner atau angket adalah pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan responden memberikan respon atas pertanyaan atau pernyataan tersebut (Umar, 2009:49).

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan yang sudah tertulis atau pernyataan kepada responden yang telah ditetapkan untuk dijawab (Sugiyono, 2016).

Pada dasarnya kuesioner yang diberikan kepada responden terbagi kepada dua yaitu kuesioner terbuka dan tertutup. Kuesioner terbuka adalah suatu angket yang disajikan oleh peneliti dalam bentuk yang sederhana sehingga responden dapat memberikan jawaban berdasarkan kehendak dan apa yang dialaminya, sedangkan kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang disajikan dalam bentuk yang sudah ada pilihannya sehingga responden hanya

menjawab berdasarkan pilihan jawaban yang ada yang sesuai dengan karakteristiknya (Abdullah & Saebani, 2014).

Namun yang digunakan penulis pada penelitian ini yaitu dengan memberikan lembaran kuesioner tertutup yang kemudian diberikan langsung kepada responden dengan kriteria minimal dua kali dalam sebulan berkunjung ke Bank untuk dijawab.

Skala likert digunakan untuk mengukur suatu jawaban dari responden terhadap kuisisioner yang disebarakan oleh peneliti dengan memberikan jawaban alternatif dari 1 sampai 5 dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skor skala likert

Skala Pengukuran	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, 2016

Data yang terkumpul dari hasil penyebaran kuisisioner/ angket sebagai pengukuran ordinal. Ukuran ordinal adalah angka yang diberikan, dimana angka-angka tersebut menggunakan pengertian tingkatan. Pengukuran ini tidak mengandung nilai absolut terhadap objek, tetapi hanya memberikan ukuran (rangking) jawaban dari responden yang diberi skor tertentu (Selang, 2013).

3.6 Variabel Penelitian dan Oprasional variabel

3.6.1 Variabel Independen

Variabel independen atau bisa dikatakan dengan variabel bebas yaitu merupakan variabel yang menjadi pengaruh bagi variabel tetap dan dengan kata lain variabel yang menjadi sebab atau timbulnya variabel dependen tersebut. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen ataupun variabel bebas yaitu lokasi dan kualitas pelayanan.

3.6.2 Variabel dependen

Variabel dependen atau bisa dikatakan variabel terikat yaitu merupakan variabel yang menjadi pengaruh bagi variabel independen atau variabel bebas, atau variabel yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas tersebut, dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu keputusan nasabah untuk menabung.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

NO	Variabel Oprasional	Indikator
1.	Lokasi (Nopitasari, 2017)	1. Akses Terjangkau
		2. Visibilitas
		3. Fasilitas area parkir
		4. Dekat sarana umum
2.	Kualitas pelayanan (Mastura, 2018)	1. Kepatuhan
		2. Jaminan
		3. Keandalan

		4. Bukti Fisik
		5. Empati
		6. Ketanggapan
3.	Keputusan nasabah untuk menabung (Iftia, 2017)	1. Pengenalan kebutuhan
		2. Pencarian informasi
		3. Evaluasi berbagai alternatif
		4. Keputusan pembelian
		5. Perilaku pasca pembelian

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

3.7. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegiatan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2016).

3.7.1 Statistik Deskriptif

Secara umum Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan besar kecilnya pengaruh tingkat variabel-variabel dependen dan independen dalam penelitian. Pada dasarnya yang dimaksud dengan analisis deskriptif adalah untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013). Analisis deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan hasil data dari

jawaban kuesioner yang telah disebarkan kepada para responden dalam penelitian ini.

3.7.2 Uji Instrumen Penelitian

3.7.2.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Siregar (2013) menyatakan untuk menguji sejauh mana tingkat validitas instrumen penelitian data, maka dapat digunakan teknik korelasi product moment dari Pearson.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan nilai signifikansi (α) = 0,1.

- Jika r hitung $>$ dari r tabel dan bernilai r positif, maka butir pernyataan valid.
- jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan dapat dikatakan tidak valid.

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel

bisa dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,60. Sehingga data tersebut bisa dikatakan reliabel untuk pengukuran dan meneliti selanjutnya (Bawono, 2006: 68).

Tabel 3. 3
Indikator Reliabilitas

No	Koefisien	Interpretasi
1	0,800 – 1,000	Sangat tinggi
2	0,600 – 0,799	Tinggi
3	0,400 – 0,599	Sedang
4	0,200 – 0,399	Rendah
5	0,000 – 0,199	Sangat rendah

Sumber: Arikunto, 2013

Dalam pengaplikasiannya rentang reliabilitas yang digunakan adalah dari 0 sampai 1,00. Jadi, semakin tinggi koefisien reliabilitasnya maka angka tersebut akan mendekati koefisien 1, dan apabila semakin rendah koefisien reliabilitasnya maka angka tersebut akan mendekati angka 0.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Model regresi linier berganda (*multiple regression*) dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). BLUE dapat dicapai bila memenuhi Asumsi Klasik, sebagai berikut:

3.7.3.1 Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Ghozali, 2005). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antar sesama variabel bebas lain sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF).

Menurut Ghozali (2011) mengukur multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel, Jika nilai Toleransi $<0,10$ atau VIF >10 maka terdapat multikolinieritas, sehingga variabel tersebut harus dibuang dan sebaliknya jika *tolerance* $>0,10$ dan VIF >10 maka variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2006). Disini peneliti menggunakan signifikansi sebesar > 0.1 .

Peneliti juga menggunakan koefisien korelasi *Rank Spearman* menguji signifikansi hipotesis asosiatif apabila tiap-tiap variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal, dan sumber data antar variabel tidak harus sama (Sugiyono, 2010).

3.7.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2011).

Metode yang peneliti gunakan untuk menguji normalitas dengan menggunakan metode uji Kolmogorov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut (Sugiyono, 2013):

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,1$ maka data itu berdistribusikan normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka data itu tidak berdistribusikan normal.

3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dilakukan untuk mengukur apakah antara dua variabel atau lebih memiliki kekuatan, serta juga untuk menunjukkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat (Pranidana, 2009). Adapun dalam Penelitian ini model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad (3.2)$$

Keterangan:

Y = Keputusan Nasabah Untuk Menabung

a = Konstanta

$\beta_1\beta_2$ = Koefisien Regresi

X₁ = Lokasi

X₂ = kualitas Pelayanan

e = Standar Error

3.7.5 Pengujian Hipotesis

3.7.5.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Janie, 2012). Pengambilan keputusan sebagai berikut :

a. Membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel}

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Membandingkan nilai signifikan probabilitas 0,1

Apabila nilai sig < 0,1 artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Apabila nilai sig > 0,1 artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.7.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Tujuan dari uji signifikan simultan atau uji statistik F ini adalah menunjukkan variabel independen yang ada dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian ini menggunakan uji F yaitu dengan membandingkan F hitung dengan F tabel (Janie, 2012). Dengan kriteria sebagai berikut :

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

3.7.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat terhadap penelitian ini. Jika R^2 semakin besar (mendekati 1), maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Begitu juga untuk mengetahui variabel independen paling berpengaruh terhadap variabel dependen jika dilihat dari koefisien korelasi. Pengujian koefisien determinasi (R^2) dilakukan dengan menggunakan SPSS *Statistic versi 25* (Bawono, 2006).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Obyek penelitian yang digunakan didalam penelitian ini adalah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam yang beralamat di Jl. T. Nyak Arief No. 318-319 Darussalam, kota Banda Aceh dengan jumlah 43.310 nasabah, namun dari hasil rumus slovin hanya 100 orang saja yang menjadi sampel.

4.1.1 Sejarah Berdirinya

PT Bank Aceh Syariah (Bank Aceh) didirikan pada tanggal 2 Februari 1960, yang teretus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam) dengan nama Bank Kesejahteraan Atjeh, NV.

Bank Aceh telah beberapa kali mengalami perubahan nama, dan pada tanggal 2 Maret 1999, Bank Aceh merubah bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas (PT), menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Tanggal 25 Mei 2015, Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem Syariah seluruhnya, dan merubah namanya menjadi PT Bank Aceh Syariah pada tanggal 19 September 2016. Sampai dengan akhir tahun 2018, Bank Aceh telah memiliki 173 jaringan kantor terdiri dari 1 kantor pusat, 1 kantor pusat operasional, 26 kantor cabang, 88 kantor

cabang pembantu, 27 kantor kas, 18 payment point, 12 mobil kas keliling dan 292 ATM tersebar dalam wilayah provinsi Aceh, termasuk di kota Medan (Bank Aceh.co.id, 2018).

4.1.2 Visi dan Misi

Visi:

- Menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”

Misi:

- Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah
- Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi
- Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*)
- Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya
- Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh (Bank Aceh.co.id, 2018).

4.2 Deskripsi Data Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam sebanyak 100 orang. Karakteristik responden dibagikan mengikuti

jenis kelamin, usia, pekerjaan dan berapa lama menabung. Berikut dibawah ini akan dijelaskan beberapa karakteristik responden sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, gambaran tentang jenis kelamin dari responden dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis_Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	48	48.0	48.0	48.0
	Perempuan	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 menjelaskan bahwa jumlah responden dari Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam pada penelitian ini sebanyak 48 orang dari jenis kelamin laki-laki (48%), dan 52 orang dari jenis kelamin perempuan (52%). Dengan demikian dominan responden dari jenis kelamin perempuan dari total 100 responden (100%).

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, gambaran tentang usia dari responden dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 50 tahun	1	1.0	1.0	1.0
	17-20 tahun	6	6.0	6.0	7.0
	20-30 tahun	68	68.0	68.0	75.0
	30-40 tahun	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan Tabel 4.2 menjelaskan bahwa jumlah responden dari Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam pada penelitian ini paling banyak didominasi berusia 20-30 tahun (68), selanjutnya disusul dengan rata-rata usia 30-40 tahun (25), dan Sebagian kecil 17-20 tahun (6) ditambah 1 orang berusia 50 tahunan.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, gambaran tentang pekerjaan dari responden dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Freelance	7	7	7	7
	IRT	1	1	1	8
	Karyawan/pegawai	12	12	12	20
	Pelajar/mahasiswa	54	54	54	74
	Petani	1	1	1	75
	PNS	15	15	15	90
Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sopir	1	1	1	91
	Wiraswasta	9	9	9	100
	Total	100	100	100	

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan Tabel 4.3 menjelaskan bahwa jumlah responden dari kajian ini adalah dari mahasiswa 54 orang,

selanjutnya dari pekerjaan PNS 15 orang, 12 orang dari karyawan swasta, 9 orang dari wiraswasta, 7 orang freelance, dan 1 orang ibu rumah tangga serta sopir dari total 100 responden (100%).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menabung

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, gambaran tentang berapa lama menabung dari responden dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menabung

		Berapa_lama			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>10 tahun	8	8.0	8.0	8.0
	1-3 tahun	59	59.0	59.0	67.0
	4-6 tahun	29	29.0	29.0	96.0
	7-9 tahun	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa karakteristik responden jika dilihat dari sisi lama menabung adalah 41% nasabah memiliki durasi lama menabung diatas 3 tahun, untuk 59% nya lagi

mengikuti hasil survey pekerjaan dengan dominasi mahasiswa yang memungkinkan memiliki durasi tabungan dibawah 3 tahun.

4.3 Tanggapan Responden

Tanggapan responden merupakan interaksi, respon, dan jawaban narasumber dari pertanyaan yang peneliti berikan. Berikut beberapa tanggapan responden yang sudah peneliti lampirkan, sebagai berikut:

4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi (X_1)

Berdasarkan hasil penelitian, variabel lokasi terdiri dari 8 *item* pertanyaan. Adapun hasil tanggapan responden dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi

1. Tersedianya jaringan ATM yang tersebar luas sehingga memudahkan untuk dijangkau nasabah					combined average
		Frequency	Mean	Median	Mode
X1.1.1 (Akses)	Tidak Setuju	3	4	4	4
	Kurang Setuju	14			
	Setuju	59			
	Sangat Setuju	24			
	Total	100			
2. Lokasi Bank Aceh Syariah KCP.Darussalam tidak terlalu jauh dari tempat tinggal saya					
		Frequency	Mean	Median	Mode
X1.1.2 (Akses)	Tidak Setuju	2			

	Kurang Setuju	23	3.94	4	4	
	Setuju	54				
	Sangat Setuju	21				
	Total	100				
3. Lokasi Bank Aceh Syariah KCP. Darussalam sangat strategis dan dekat dengan kota						
		Frequency	Mean	Median	Mode	combined average
X1.2.1 (Visibilitas)	Tidak Setuju	1	3.87	4	4	
	Kurang Setuju	27				
	Setuju	56				
	Sangat Setuju	16				
	Total	100				
4. Bank Aceh Syariah KCP. Darussalam dapat terlihat jelas dari tepi jalan						
		Frequency	Mean	Median	Mode	3.91
X1.2.2 (Visibilitas)	Kurang Setuju	30	3.85	4	4	
	Setuju	55				
	Sangat Setuju	15				
	Total	100				
5. Bank Aceh Syariah KCP. Darussalam menyediakan area parkir yang memadai serta aman untuk nasabah						
		Frequency	Mean	Median	Mode	
X1.3.1 (Fasilitas)	Tidak Setuju	3	3.79	4	4	
	Kurang Setuju	25				
	Setuju	62				

	Sangat Setuju	10				
	Total	100				
6. Fasilitas area parkir Bank Aceh Syariah KCP.Darussalam memiliki pos keamanan						
		Frequency	Mean	Median	Mode	
X1.3.2 (Fasilitas)	Tidak Setuju	3	3.96	4	4	
	Kurang Setuju	16				
	Setuju	63				
	Sangat Setuju	18				
	Total	100				
7. Jalur lalu lintas didaerah Bank Aceh Syariah KCP.Darussalam lancar sehingga memudahkan nasabah						
		Frequency	Mean	Median	Mode	combined average
X1.4.1 (Sarana)	Sangat Tidak Setuju	2	3.78	4	4	
	Tidak Setuju	8				
	Kurang Setuju	17				
	Setuju	56				
	Sangat Setuju	17				
	Total	100				
						3.91

8. Bank Aceh Syariah KCP.Darussalam berada dilokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum		Frequency	Mean	Median	Mode
X1.4.2 (Sarana)	Tidak Setuju	4	4.09	4	4
	Kurang Setuju	6			
	Setuju	67			
	Sangat Setuju	23			
	Total	100			

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju bahwa lokasi menjadi pendorong keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. *Item* tersedianya jaringan ATM yang tersebar luas sehingga memudahkan untuk dijangkau nasabah X1_1 (M=4,04), *item* lokasi Bank Aceh Syariah KCP. Darussalam tidak terlalu jauh dari tempat tinggal saya X1_2 (M=3,94), *item* lokasi Bank Aceh Syariah KCP. Darussalam sangat strategis dan dekat dengan kota X1_3 (M=3,87), *item* Bank Aceh Syariah KCP. Darussalam dapat terlihat jelas dari tepi jalan X1_4 (M=3,85), *item* Bank Aceh Syariah KCP. Darussalam menyediakan area parkir yang memadai serta aman untuk nasabah X1_5 (M=3,79), *item* fasilitas area parkir Bank Aceh Syariah KCP. Darussalam memiliki

pos keamanan X1_6 (M=3,96), *item* jalur lalu lintas didaerah Bank Aceh Syariah KCP. Darussalam lancar sehingga memudahkan X1_7 (M=3,78) dan *item* Bank Aceh Syariah KCP. Darussalam berada dilokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum X1_8 (M=4,09). Rata-rata setiap pernyataan dari variabel lokasi adalah (M=3,91). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam adalah fleksibel ataupun menarik para responden.

4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Berdasarkan hasil penelitian, variabel kualitas pelayanan terdiri dari 12 *item* pertanyaan. Adapun hasil tanggapan responden dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

1. Bank Aceh Syariah dalam kegiatan operasinya menjalankan prinsip dan hukum syariah.						Combined Average
		Frequency	Mean	Median	Mode	
X2.1.1 (Kepatuhan)	Kurang Setuju	8	4.21	4	4	4
	Setuju	63				
	Sangat Setuju	29				
	Total	100				
2. Bank Aceh Syariah menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami.						

		Frequency	Mean	Median	Mode
X2.1.2 (Kepatuhan)	Kurang Setuju	6	4.2	4	4
	Setuju	65			
	Sangat Setuju	29			
	Total	100			
3. Bank Aceh Syariah memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi					
		Frequency	Mean	Median	Mode
X2.2.1 (Jaminan)	Tidak Setuju	1	4.2	4	4
	Kurang Setuju	10			
	Setuju	59			
	Sangat Setuju	30			
	Total	100			
X2.2.2 (Jaminan)	Tidak Setuju	2	4.1	4	4
	Kurang Setuju	20			
	Setuju	49			
	Sangat Setuju	29			
	Total	100			
5. Kualitas pelayanan yang diberikan Bank Aceh Syariah sesuai dengan yang dipromosikan.					
		Frequency	Mean	Median	Mode
X2.3.1 (Keandalan)	Tidak Setuju	3	4	4	4
	Kurang Setuju	19			
	Setuju	57			

4

	Sangat Setuju	21				
	Total	100				
6. Pegawai Bank Aceh Syariah dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah.						
		Frequency	Mean	Median	Mode	
X2.3.2 (Keandalan)	Tidak Setuju	3	4.2	4	4	
	Kurang Setuju	6				
	Setuju	60				
	Sangat Setuju	31				
	Total	100				
7. Pegawai Bank Aceh Syariah memiliki penampilan yang menarik						
		Frequency	Mean	Median	Mode	
X2.4.1 (Bukti)	Sangat Tidak Setuju	7	3.2	4	4	
	Tidak Setuju	17				
	Kurang Setuju	32				
	Setuju	35				
	Sangat Setuju	9				
	Total	100				
8. Fasilitas ruang antrian bank nyaman, bersih, dan tenang.						Combined Average
		Frequency	Mean	Median	Mode	
X2.4.2 (Bukti)	Tidak Setuju	5	4	4	4	4

	Kurang Setuju	12			
	Setuju	65			
	Sangat Setuju	18			
	Total	100			
9. Dalam memberi pelayanan, pegawai Bank Aceh Syariah tidak lupa menyebut nama nasabah.					
		Frequency	Mean	Median	Mode
X2.5.1 (Empati)	Tidak Setuju	2	4	4.0	4.0
	Kurang Setuju	27			
	Setuju	44			
	Sangat Setuju	27			
	Total	100			
10. Pegawai Bank Aceh Syariah berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang nasabah hadapi.					
		Frequency	Mean	Median	Mode
X2.5.2 (Empati)	Tidak Setuju	4	4	4	4
	Kurang Setuju	12			
	Setuju	62			
	Sangat Setuju	22			
	Total	100			
11. Pegawai Bank Aceh Syariah memberikan informasi pelayanan dengan jelas.					Combined Average
		Frequency	Mean	Median	

		y	n	n	e	
X2.6.1 (Ketanggapan)	Tidak Setuju	3	3.9	4	4	
	Kurang Setuju	20				
	Setuju	62				
	Sangat Setuju	15				
	Total	100				
12. Pegawai Bank Aceh Syariah selalu bersedia membantu bila nasabah dalam kesulitan.						4
		Frequency	Mean	Median	Mode	
X2.6.2 (Ketanggapan)	Tidak Setuju	2	4.2	4	4	
	Kurang Setuju	10				
	Setuju	59				
	Sangat Setuju	29				
	Total	100				

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju bahwa kualitas pelayanan menjadi pendorong keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. *Item* Bank Aceh Syariah dalam kegiatan operasinya menjalankan prinsip dan hukum syariah X2_1 (M=4,21), *item* Bank Aceh Syariah menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami X2_2 (M=4,20), *item* Bank

Aceh Syariah memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi X2_3 (M=4,20), *item* kualitas pelayanan yang diberikan Bank Aceh Syariah sesuai dengan yang dipromosikan X2_4 (M=4,10), *item* Kualitas pelayanan yang diberikan Bank Aceh Syariah sesuai dengan yang dipromosikan X2_5 (M=4,00), *item* pegawai Bank Aceh Syariah dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah X2_6 (M=4,20), *item* pegawai Bank Aceh Syariah memiliki penampilan yang menarik X2_7 (M=3,20), *item* fasilitas ruang antrian bank nyaman, bersih, dan tenang X2_8 (M=4,00), *item* dalam memberi pelayanan, pegawai Bank Aceh Syariah tidak lupa menyebut nama nasabah X2_9 (M=4,00), *item* pegawai Bank Aceh Syariah berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang nasabah hadapi X2_10 (M=4,00), *item* pegawai Bank Aceh Syariah memberikan informasi pelayanan dengan jelas X2_11 (M=3,90), dan *item* pegawai Bank Aceh Syariah selalu bersedia membantu bila nasabah dalam kesulitan X2_12 (M=4,20). Rata-rata setiap pernyataan dari variabel kualitas pelayanan adalah (M=4,00). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam adalah fleksibel ataupun menarik para responden.

4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah untuk Menabung (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, variabel keputusan nasabah untuk menabung terdiri dari 10 *item* pertanyaan. Adapun hasil tanggapan responden dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah untuk Menabung

1. Menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya						Combine d Average
		Frequenc y	Mean	Media n	Mod e	
Y1.1 (Kebutuhan)	Tidak Setuju	3	4	4	4	3.94
	Kurang Setuju	19				
	Setuju	58				
	Sangat Setuju	20				
	Total	100				
2. Menjadi nasabah Bank Aceh Syariah karna pertimbangan adanya bagi hasil yang halal						
		Frequenc y	Mean	Media n	Mod e	
Y1.2 (Kebutuhan)	Tidak Setuju	3	3.9	4	4	
	Kurang Setuju	26				
	Setuju	48				

	Sangat Setuju	23				
	Total	100				
3. Saya berusaha mencari informasi mengenai Bank Aceh Syariah						Combine d Average
		Frequency	Mea n	Media n	Mod e	
Y2.1 (Informasi)	Tidak Setuju	2	3.8	4	4	
	Kuran g Setuju	30				
	Setuju	51				
	Sangat Setuju	17				
	Total	100				
4. Sebelum menjadi nasabah saya membandingkan Bank Aceh Syariah dengan bank lain						3.94
		Frequency	Mea n	Media n	Mod e	
Y2.2 (Informasi)	Tidak Setuju	2	3.8	4	4	
	Kuran g Setuju	29				
	Setuju	54				
	Sangat Setuju	15				
	Total	100				
5. Saya akan merekomendasikan Bank Aceh Syariah kepada teman-teman						
		Frequency	Mea n	Media n	Mod e	

Y3.1 (Evaluasi)	Tidak Setuju	2	3.9	4	4	
	Kurang Setuju	24				
	Setuju	60				
	Sangat Setuju	14				
	Total	100				
6. Saya berkeinginan mencari jasa pelayanan berkualitas sama dengan Bank Aceh Syariah						Combine d Average
		Frequency	Mean	Median	Mode	
Y3.2 (Evaluasi)	Tidak Setuju	3	3.9	4	4	
	Kurang Setuju	24				
	Setuju	58				
	Sangat Setuju	15				
	Total	100				
7. Bank Aceh Syariah melakukan iklan promosi yang menarik						3.94
		Frequency	Mean	Median	Mode	
Y4.1 (Keputusan)	Tidak Setuju	4	3.9	4	4	
	Kurang Setuju	19				
	Setuju	59				
	Sangat Setuju	18				

	Total	100				
8. Saya menggunakan Bank Aceh Syariah karena dorongan dari pihak lain (keluarga/teman)						
		Frequency	Mean	Median	Mode	
Y4.2 (Keputusan)	Sangat Tidak Setuju	1	4	4	4	
	Tidak Setuju	3				
	Kurang Setuju	16				
	Setuju	54				
	Sangat Setuju	26				
	Total	100				100
9. Saya merasa puas menabung di Bank Aceh Syariah					Combined Average	
		Frequency	Mean	Median		Mode
Y5.1 (Perilaku)	Kurang Setuju	4	4.1	4		4
	Setuju	78				
	Sangat Setuju	18				
	Total	100				
10. Saya merasa aman melakukan transaksi ATM Bank Aceh Syariah					3.94	
		Frequency	Mean	Median		Mode

Y5.2 (Perilaku)	Kurang Setuju	2	4.2	4	4
	Setuju	76			
	Sangat Setuju	22			
	Total	100			

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju bahwa keputusan nasabah menjadi pendorong untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. *Item* menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya Y_1 (M=4,00), *item* menjadi nasabah Bank Aceh Syariah karna pertimbangan adanya bagi hasil yang halal Y_2 (M=3,90), *item* saya berusaha mencari informasi mengenai Bank Aceh Syariah Y_3 (M=3,80), *item* sebelum menjadi nasabah saya membandingkan Bank Aceh Syariah dengan bank lain Y_4 (M=3,80), *item* saya akan merekomendasikan Bank Aceh Syariah kepada teman-teman Y_5 (M=3,90), *item* saya berkeinginan mencari jasa pelayanan berkualitas sama dengan Bank Aceh Syariah Y_6 (M=3,90), *item* Bank Aceh Syariah melakukan iklan promosi yang menarik Y_7 (M=3,90), *item* saya menggunakan Bank Aceh Syariah karena dorongan dari pihak lain (keluarga/teman) Y_8 (M=4,00), *item* saya merasa puas menabung di Bank Aceh Syariah Y_9 (M=4,10), dan *item* saya merasa aman melakukan transaksi ATM Bank Aceh Syariah Y_10 (M=4,20).

Rata-rata setiap pernyataan dari variabel keputusan nasabah untuk menabung adalah ($M=3,94$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam adalah fleksibel ataupun menarik para responden.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas Instrumen

Tujuan uji validitas instrumen untuk jaminan instrumen yang digunakan sesuai konsep penelitian dalam mengukur setiap variabel. Validitas tiap butir pernyataan kuesioner penelitian diketahui dengan membandingkan koefisien korelasi (r hitung) dari setiap pernyataan terhadap nilai kritis (r tabel).

Butir pernyataan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan signifikansi 10%, jika $r_{tabel} < r$ maka dinyatakan valid.

Untuk mengetahui valid atau tidak dapat diketahui nilai r hitung dibandingkan tabel r *product moment* untuk df (Derajat Kebebasan) = $n - 2 = 100 - 2 = 98$ untuk α sebesar 10% atau signifikansi 0,1 adalah 0,1654. Apabila r hitung $>$ r tabel maka soal tersebut valid dan jika r hitung $<$ r tabel maka soal tersebut tidak valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Pernyataan/ Item	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Lokasi (X1)	X1_1	0.581	0.165	Valid
	X1_2	0.734	0.165	Valid
	X1_3	0.757	0.165	Valid
	X1_4	0.704	0.165	Valid
	X1_5	0.807	0.165	Valid
	X1_6	0.745	0.165	Valid
	X1_7	0.629	0.165	Valid
	X1_8	0.415	0.165	Valid
Variabel	Pernyataan/ Item	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	X2_1	0.463	0.165	Valid
	X2_2	0.446	0.165	Valid
	X2_3	0.677	0.165	Valid
	X2_4	0.665	0.165	Valid
	X2_5	0.763	0.165	Valid
	X2_6	0.619	0.165	Valid
	X2_7	0.413	0.165	Valid
	X2_8	0.47	0.165	Valid
	X2_9	0.744	0.165	Valid
	X2_10	0.75	0.165	Valid
	X2_11	0.756	0.165	Valid
	X2_12	0.666	0.165	Valid
Keputusan Nasabah untuk Menabung (Y)	Y_1	0.663	0.165	Valid
	Y_2	0.747	0.165	Valid
	Y_3	0.784	0.165	Valid
	Y_4	0.655	0.165	Valid
	Y_5	0.729	0.165	Valid

	Y_6	0.72	0.165	Valid
	Y_7	0.76	0.165	Valid
	Y_8	0.675	0.165	Valid
	Y_9	0.52	0.165	Valid
	Y_10	0.409	0.165	Valid

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

4.4.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabel adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui variabel tersebut dapat dipercaya untuk dilakukan pengujian selanjutnya. Dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Berikutnya hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel yang dilakukan oleh variabel lokasi (X_1), kualitas Pelayanan (X_2), keputusan nasabah untuk menabung (Y).

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Lokasi (X_1)	8	0.821	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	12	0.845	Reliabel
Keputusan Nasabah untuk Menabung (Y)	10	0.866	Reliabel

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Tabel 4.10 hasil uji reliabilitas instrumen menunjukkan bahwa variabel lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), keputusan nasabah untuk menabung (Y) mempunyai Cronbach's Alpha diatas 0,60, sehingga dikatakan semua konsep pengukuran masing-

masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga variabel tersebut layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Multikolonieritas

Metode untuk menguji ada atau tidaknya gejala multikolonieritas dilihat dengan nilai *Tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

- Mempunyai nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan *VIF* $> 0,10$ maka ada gejala multikolonieritas.
- Mempunyai nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* $< 0,10$ maka tidak ada gejala multikolonieritas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-0.351	1.880		-0.187	0.852		
	Lokasi (X1)	0.269	0.066	0.222	4.078	0.000	0.599	1.669
	Kualitas Pelayanan (X2)	0.654	0.047	0.752	13.790	0.000	0.599	1.669

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Tabel 4. dapat kita lihat bahwa dari hasil uji VIF dapat diketahui masing-masing variabel independen memiliki $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,1$ ($1,669 < 10$) dan ($0,599 > 0,1$). Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terhubung multikolonieritas antara variabel independen dengan variabel dependen.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Adapun hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations			X	XX	ABS_RES
Spearman's rho	Lokasi (X1)	Correlation Coefficient	1.000	.680**	-0.104
		Sig. (2-tailed)		0.000	0.304
		N	100	100	100
	Kualitas Pelayanan (X2)	Correlation Coefficient	.680**	1.000	0.125
		Sig. (2-tailed)	0.000		0.216
		N	100	100	100
	ABS_RES	Correlation Coefficient	-0.104	0.125	1.000
		Sig. (2-tailed)	0.304	0.216	
		N	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan Tabel 4. menunjukkan bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas dari lokasi 0,304, dan hasil uji heteroskedastisitas dari kualitas pelayanan 0,216. Masing-masing nilai heteroskedastisitas lebih besar dari 0,1 maka model ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.5.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji normalitas model regresi. Dalam analisa ini digunakan analisa One-Sample Kolmogrov-Smirnov dengan Test Kriteria sebagai berikut:

- a. Jika Sign. > 0,1 maka H_0 diterima (data berdistribusi normal).
- b. Jika Sign. < 0,1 maka H_0 ditolak (data tidak berdistribusi normal).

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.90631748
Most Extreme Differences	Absolute	0.077
	Positive	0.065
	Negative	-0.077
Test Statistic		0.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.149 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan Tabel 4. hasil uji normalitas dengan menggunakan kolmogrov-smirmov menunjukkan Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,149 dan nilai tersebut signifikan, hal ini karena nilai kolmogrov-smirmov harus lebih besar dari $\alpha = 0,1$ dengan data setiap variabel berdistribusikan normal dan dapat digunakan sebagai analisis regresi linier berganda.

4.5.4 Regresi Linier Berganda

Perhitungan statistik regresi linier berganda yang digunakan penelitian ini dengan bantuan aplikasi komputer SPSS Windows versi 25.0. Hasil pengolahan data sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.351	1.880		-0.187	0.852
	Lokasi (X ₁)	0.269	0.066	0.222	4.078	0.000
	Kualitas Pelayanan (X ₂)	0.654	0.047	0.752	13.790	0.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan Tabel 4. diatas, hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui koefisien untuk variabel lokasi (X₁) sebesar 0,269, variabel kualitas pelayanan (X₂) sebesar 0,654

dengan konstanta -0,351. Rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,351 + 0,269 X_1 + 0,654 X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui:

- a. Koefisien regresi $b_1 = 0,269$

Artinya apabila variabel lokasi (X_1) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain (X_2) tetap, maka keputusan nasabah untuk menabung meningkat sebesar 0,269. Artinya faktor lokasi memiliki kenaikan yang cukup besar untuk memengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.

- b. Koefisien regresi $b_2 = 0,654$

Artinya apabila variabel kualitas pelayanan (X_2) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain (X_1) tetap, maka keputusan nasabah untuk menabung meningkat sebesar 0,654. Artinya faktor kualitas pelayanan memiliki kenaikan yang cukup besar untuk memengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji T (Parsial)

Uji T dipakai untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (lokasi dan kualitas pelayanan) secara individual menerangkan variabel dependen (keputusan nasabah untuk menabung). Hasil uji T pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.351	1.880		-0.187	0.852
	Lokasi (X1)	0.269	0.066	0.222	4.078	0.000
	Kualitas Pelayanan (X2)	0.654	0.047	0.752	13.790	0.000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

1. Pengujian Hipotesis 1 Pengaruh Variabel Lokasi (X₁) Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung (Y)

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,1$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $> t$ tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar $4,078 > 1,290$. Maka dapat disimpulkan hipotesis 1 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.

2. Pengujian Hipotesis 2 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X₂) Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung (Y)

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,1$ dan hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $> t$ tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar $13,790 > 1,290$. Maka dapat disimpulkan hipotesis 2 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.

4.6.2 Uji F (Simultan)

Uji f dipakai untuk mengetahui pengaruh antara lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama:

Tabel 4.15
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1721.189	2	860.595	232.030	.000 ^b
	Residual	359.771	97	3.709		
	Total	2080.960	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X ₂ , X ₁						

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan Tabel 4. hasil output uji simultan diperoleh nilai F hitung sebesar 232,030 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Tingkat signifikansi 10% dan $df_1 = 2$ $df_2 = 97$ di dapatkan F tabel sebesar 2,36. Karena nilai F hitung ($232,030 > F$ tabel (2,36) maka dapat disimpulkan ke dua variabel; independen lokasi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang simultan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil pengolahan dengan aplikasi SPSS versi 25.0 hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 ^a	0.827	0.824	1.926
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,824 yang menunjukkan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk

menabung sebesar 82%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

4.7 Pembahasan

Adapun langkah yang dilalui untuk mengetahui keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam adalah dengan mensurvei beberapa pertanyaan terhadap nasabah yang telah menabung di Bank tersebut. Maka dibuatlah pembahasan sebagai berikut:

4.7.1 Pengaruh Lokasi Terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam

Dari hasil analisis penelitian ini, penulis mendapatkan jawaban dari faktor lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh, artinya hipotesis diterima.

Merujuk dari indikator pertanyaan seputar lokasi, responden setuju bahwa aksesnya terjangkau dari tempat tinggal, lalu untuk lokasi Bank Syariah Aceh KCP Darussalam juga strategis berada disamping jalan dan dekat dengan perkotaan. Hal ini sangat memengaruhi masyarakat untuk menabung ditambah tersedianya fasilitas ATM.

Selanjutnya yang membuat masyarakat tertarik dan nyaman untuk menabung pada bank ini adalah, Bank Aceh Syariah KCP Darussalam menyediakan area parkir yang luas dengan keadaan diperkotaan yang sangat padat. Terakhir yang membuat masyarakat

berminat untuk menabung di bank tersebut adalah dekat dengan sarana umum, artinya sarana jalan raya yang besar memudahkan nasabah menuju ke lokasi dan bebas dari kemacetan, transportasi umum juga tersedia dan mudah dijangkau yang membuat masyarakat yang tidak memiliki kendaraan tidak perlu khawatir untuk menuju ke bank.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Eka Nopitasari (2017) memiliki hasil penelitian bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah, hal ini didukung dengan teori yang dipaparkan oleh Ma'ruf (2005) menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di mana lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses di bandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama.

4.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam

Dari hasil analisis penelitian ini, penulis mendapatkan jawaban dari faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh, artinya hipotesis diterima.

Merujuk dari item pertanyaan pada masing-masing indikator kualitas pelayanan, responden mendukung bahwa operasional bank sudah menjalankan prinsip hukum secara syariah. Nasabah menilai

bahawasanya ketentuan layanan produk pada bank sudah secara islami ditambah saat melakukan transaksi, keamanan dan rahasia data nasabah terjamin.

Untuk keandalannya responden setuju produk yang diberikan sesuai dengan promosinya, serta kendala-kendala pertanyaan yang nasabah alami dapat ditangani, diberikan solusi oleh pegawai bank tanpa rasa enggan.

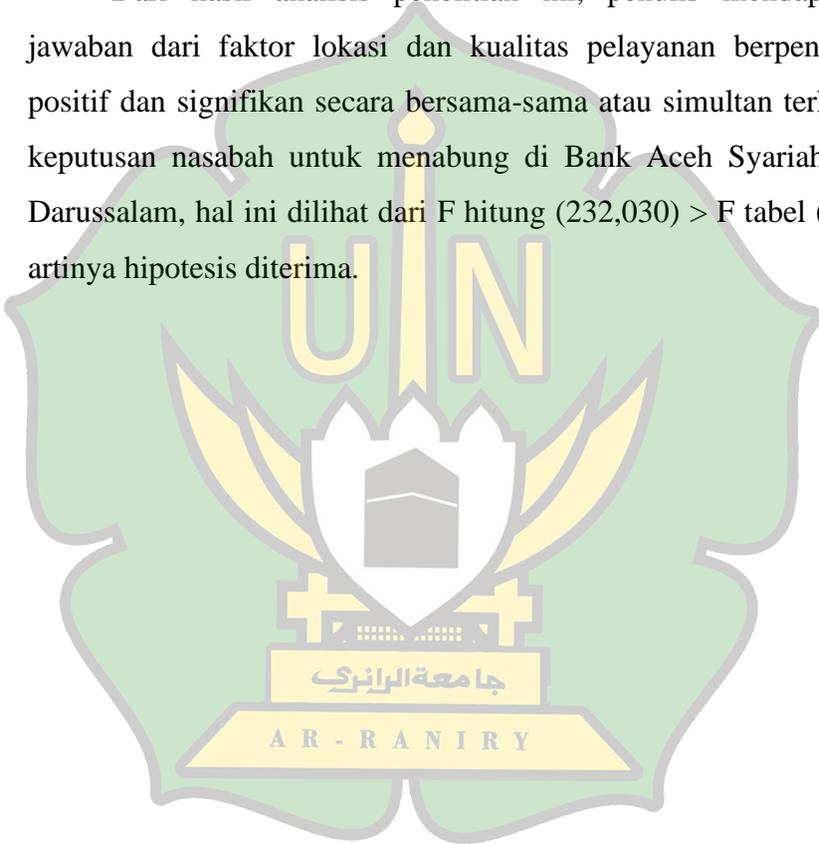
Penampilan para karyawan juga menarik secara islami dengan nilai empati yang tinggi seperti selalu menyebutkan nama nasabahnya serta selalu memberikan informasi yang jelas ditambah ruangan bank nyaman dan bersih membuat banyak masyarakat tertarik untuk menabung pada tersebut.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Zainatun Mastura (2018) yang dimana menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hal ini didukung juga oleh teori Tjiptono dan Chandra (2007) kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu diberikan sesuai dengan perkiraan pelanggan, mulai dari sistem yang diterapkan, kualitas produk, sampai respon serta tanggapan yang diberikan Bank Aceh Syariah dalam mengayomi nasabahnya.

4.7.3 Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama-sama Terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam

Dari hasil analisis penelitian ini, penulis mendapatkan jawaban dari faktor lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kcp Darussalam, hal ini dilihat dari F hitung (232,030) > F tabel (2,36) artinya hipotesis diterima.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam dengan penyebaran kuesioner kepada nasabah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung secara parsial atau saling berhubungan. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor lokasi memberikan dukungan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung secara parsial atau saling berhubungan. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor kualitas pelayanan memberikan dukungan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor lokasi dan kualitas pelayanan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung secara parsial atau saling berhubungan. Maka dapat diambil kesimpulan

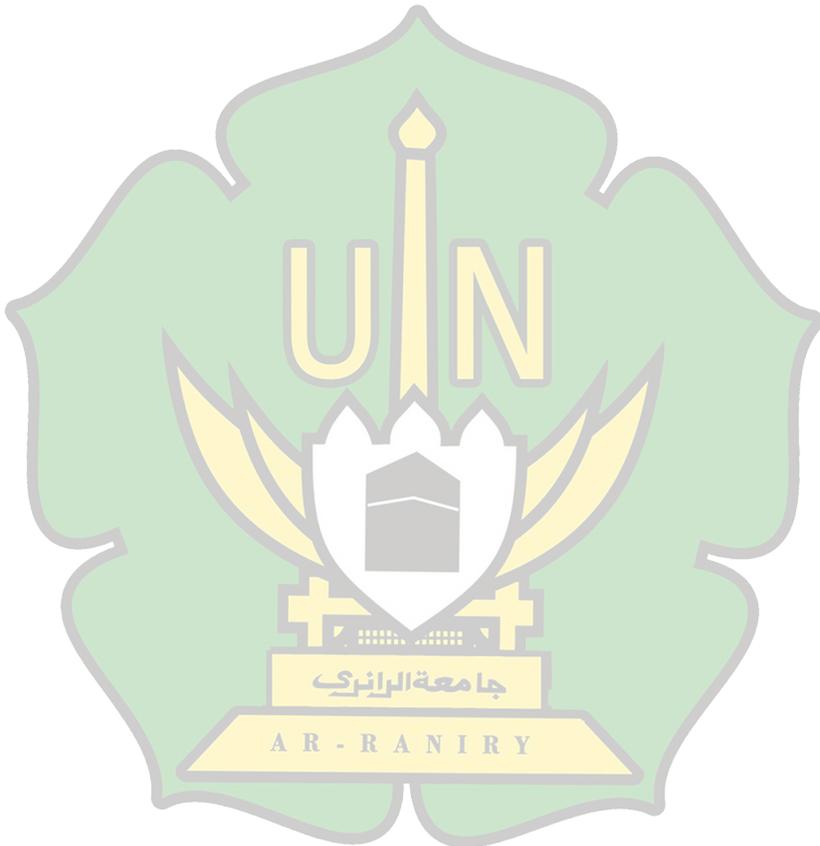
bahwa faktor lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan memberikan dukungan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.

5.2 Saran

Berdasarkan permasalahan yang diangkat, maka dari itu peneliti memberi saran sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini penulis hanya meneliti diruang lingkup Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. Penulis menyarankan kepada mahasiswa atau peneliti kedepannya untuk mengembangkan penelitian tentang keputusan menabung di Bank Syariah yang lebih luas seperti keseluruhan Provinsi Aceh bahkan Indonesia.
2. Selanjutnya penulis memberi saran penelitian kepada mahasiswa atau peneliti kedepannya untuk dikembangkan dan diluaskan metode lainnya, seperti menggunakan wawancara agar lebih mendalam atau menambahkan variabel lainnya yang tidak penulis bahas, seperti tentang risiko, tingkat keamanan, dan promosi.
3. Saran yang terakhir, penulis menyarankan kepada seluruh elemen masyarakat Aceh selanjutnya untuk terus mendukung, mengawal agar Bank Syariah di Aceh terealisasikan 100% di Serambi Mekkah ini bahkan

Indonesia dengan sistem operasional, berbusana, serta sikap sesuai Syariah konkrit.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran Terjemahan. (2015).
- Abdullah, B., & Saebani, B. A. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Abdurachman; Qadir. (2001). *Zakat Dalam Dimensi Mahdhah Dan Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Abhimantra, A., Maulina A. R., dan Agustianingsih E., (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah*. jurnal Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil) Vol. 5 170-177.
- Adrian, Ian. (2015). *Cara Melakukan Uji Kolmogorov Smirnov*. (<http://www.konsistensi.com/2013/07/uji-normalitas-rumuskolmogorov-smirnov.html>). Diunduh pada jam 12.02, tanggal 01-08-2015.
- Alwisol. (2007). *Psikologi Kepribadian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Assauri ,Sofjan. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Barnard, Chester. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bawono, Anton. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. STAIN Salatiga Press.
- Bodnar, George H. dan William S. Hoopwood. (2000). *Sistem Informasi Akutansi*, Diterjemahkan oleh Amir Abadi jusuf

- dan R. M Tambunan, Edisi Keenam, Buku satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Boyd, Walker, dan Larreche. (2000). *Manajemen Pemasaran* (Ed Ke-2) jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Bungin, Muhammad Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cresweel, J. W. (2008). *Educational Research: Planning, Conducting, And Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. New Jersey: Pearson Education.
- Daryanto, M. (2014). *Pendekatan Pembelajaran Saintifik*. Kurikulum 2013, Gava Media, Jakarta.
- Departemen Pendidikan Nasional. (1989). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Em, Zul, Fajri dan Ratu, Aprilia, Senja. (2008). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Edisi Revisi, Cet. 3, Semarang: Difa Publishers.
- Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra. (2007). *Service, Quality Satisfaction*. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Febriana, Nina Indah. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. (AN-NISBAH, Vol. 03, No. 1, 145-168).

- Firza Aulia Viranti, dan Ginanjar.A. (2015). *Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRIS Case Study in BRI Syariah*. The Journal of Tauhidinomics Vol. 1 No. 1. 35-60.
- Gampu, Anggita Novita. (2015). *Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado*. Vol. 3, No. 3 Sept. 2015, ISSN 2303-11. Universitas Sam Ratulangi: Jurnal EMBA.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, Cristian. (2007). *Service Management And Marketing 3*. Chichester, NY: Wiley.
- Hafiudin, Didin. (2003). *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Inpress.

- Hendri, Ma'ruf. (2005). *Pemasaran Ritel*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Husein Umar. (2009). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: : PT Raja Grafindo Persada.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Iftia, Hidayah. (2017). “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bjb Syariah Kantor Cabang Pembantu Cikarang)”. Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Pelita Bangsa 2018. Proposal skripsi online melalui http://repository.pelitabangsa.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/93/1526488934728_Skripsi.pdf diakses tanggal 8/04/2020.
- Jalaluddin. (2010). *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. (2012). *Statistik Deskriptif Dan Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Kasmir. (2002). *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2010). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

- Koestanto, Tri Hari dan Yuniati, Tri. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya*. (Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, Vol. 3, No. 10, 1-18).
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin, (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. Hal. 184.
- Kotler, Philip. (2002). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2011). 10th Edition. *“Marketing and Introduction”*. Indonesia: Perason.
- Lubis, N. L. (2009). *Depresi dan tinjauan psikologis*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Marimin, M.Sc., Prof., Dr., Ir (2004). *Teknik dan Aplikasi Pengambil Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta : PT.Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Maski, Ghozali. (2010). *“Analisis Keputusan Nasabah Menabung : Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah Malang”*. Journal of indonsia Applied Economics. Volume 4 Nomor 1 Mei 2010, 43-57.
- Mastura, zainatun. (2018). *“Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah (studi pada pt. Bank Aceh Syariah KCP Banda Aceh).”* Universitas

islam negeri ar-raniry banda aceh 2018. Proposal skripsi online melalui <https://repository.ar-raniry.ac.id/7161/1/Zainatun%20Mastura.pdf> diakses tanggal 31/8/2019.

- Moeliono, Anton M. (1999). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta :Balai Pustaka 1999.
- Moenir. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muchlis Yahya (2011). “*Perilaku Menabung di Perbankan Syariah di Jawa Tengah*”. Disertasi, UNDIP Semarang Indonesia.
- Muhammad Syafii Antonio. (2001). *Bank Syariah*(Jakarta:Gema Insani),h/153.
- Muhammad. (2005). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: AMP YKPM.
- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Muhlis. (2011). *Perilaku Menabung di Perbankan Syariah Jawa Tengah*. Disertasi. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang. Glock and Stark. 1965. *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand. McNally.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nopitasari, Eka. (2017). “*Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Surakarta Menggunakan Bank Syariah.*” Institut Agama Islam Negeri

Surakarta 2017. Proposal skripsi online melalui <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/350/1/5.%20Eka%20Nopitasari.pdf> di akses tanggal 9/04/2020.

Notoatmodjo, Soekidjo. (2007). *Promosi kesehatan dan ilmu perilaku*. Jakarta: Rineka cipta.

Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Bank Umum*.

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Umum.aspx#:~:text=Pada%20Undang%20Undang%20Nomer%2010,rangka%20meningkatkan%20taraf%20hidup%20masyarakat diakses tanggal 8/04/2020.>

Bank Aceh Syariah. (2018). *Sejarah Singkat dan Visi Misi*. https://www.bankaceh.co.id/?page_id=82 diakses tanggal 14/02/2021.

Pranidana, S. A. (2009). Skripsi. "*Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA Untuk Menggunakan Klik BCA*".

Poerwadarminta. (1993). *Kamus Umum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Purnama, kimas. (2013). "*Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tambun Bekasi*." Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Proposal skripsi online melalui <http://digilib.uinsgd.ac.id/2769/> diakses tanggal 31/8/2019.

- Putri, vivi, A. (2016). *Penngaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Bagi Hasil ISyariah Cabang Solo*, jurusan perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Surakarta.
- Rahma,Erika adhey. (2018). “*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Strata Satu Dalam Ekonomi Islam*”. Proposal skripsi online melalui http://digilib.uin-suka.ac.id/31887/1/14820172_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf. diakses tanggal 31/8/2019.
- Ratumanan, T.G. (2003). *Pengaruh Model Pembelajaran Dan Gaya Kognitif Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa SLTP Di Kota Ambon*. Jurnal Pendidikan Dasar, vol. 5 (1): 1-10.
- Rivai. Veithzal. (2007). *Bank and Financial Institution Management*. Kakarata : PT Raja Grafindo Persada.
- Robbins, S.P dan Judge, T.A. (2008). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sahade dan Chalid Imran Musa. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Makassar: h. 24
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andijasa. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Salusu, J. (1996). *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Organisasi non Profit*. Jakarta: PT Grasindo.
- Salusu, J. (2006). *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: PT Grasindo.
- Schlager, E dan Elinor Ostrom. (1992). *Property-rights regimes and natural resources: A conceptual analysis*. *Land Economics*), h. 249-262.
- Selang, Christian. (2013). “*Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Mandao*”. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Akuntansi (EMBA)*. Vol. 1. No. 3. Juni 2013. Hal. 75. Universitas Sam Ratulangi Manado. Manado.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Group.
- Sholahuddin, Muhammad. (2014). *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Siagian, P. Sondang. (2008). *Filsafat Administrasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Soekartawi. (2002). *Factor Factor Produks*. Jakarta: Salemba Empat, h. 132.

- Sofyan Assauri. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali press.
- Sofyan Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Stanton, William J. (2001). *Prinsip Pemasaran*, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, Dwi. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: IKAPI.
- Sukanto, M. (1985). *Nafsiologi*, Jakarta: Integritas. h. 120.
- Supardi, Bahrudin. (2009). *Berbakti Untuk Bumi*. Bandung: Rosdakarya.
- Suparno. (2009). “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan syariah” , Jurnal Skripsi, Januari 2009.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Cetakan keempat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Suwarman, Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Tambunan, Rudi M. (2013). *Pedoman Penyusunan Standard Operating Procedures (SOP)*. Jakarta: Maistas Pulishing.
- Taylor, Frederick W. (1998). *The Principles of Scientific Management*. New York: Harper and Brothers.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2000). *Total Quality Manajemen*, Edisi Ketiga. Jogjakarta: Andy.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy.
- Tyas, Rizqa Ramadhani dan Setiawan, Ari. (2012). “Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di BMT Sumber Mulia Tuntang” Volume 3 Nomor 2, Desember 2012.
- Umar, Husein. (2000). *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Uniyanti. (2018). “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)”. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar 2018. Proposal skripsi online melalui <http://Repositori.Uin-Alauddin.Ac.Id/12592/1/FaktorFaktor%20Yang%20Memengaruhi%20Minat%20Nasabah.pdf> diakses tanggal 9/04/2020.

- Wahjono, I. Sentot. (2010). *Manajemen Pasaran Bank (Ed. Ke-1)*. Yogyakarta: graham ilmu.
- Warpani, Suwardjoko. (1990). *Merencanakan Sistem Perangkitan*. Bandung : Penerbit ITB.
- Wiyono, Gendro. (2011). *Merancang penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 dan SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wulandari, Wahyu Putri. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Atm (Automatic Teller Machine) Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Syariah Ponorogo*. Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2018. Proposal skripsi online melalui https://onesearch.id/Record/IOS3208.3408?widget=1&library_id=93 diakses tanggal 8/04/2020.
- Yasri. (2012). *Analisis faktor penentu menjadi nasabah bank syariah: (pebandingan segmen bpr syari'ah dan bank umum unit usaha syari'ah di sumatra barat)*. Jurnal kajian manajemen bisnis Vol. 1, No. 2, 19-44.
- Yulianto, Firman. (2009). *Pengaruh faktor bauran pemasaran terhadap nasabah memilih bank syariah di kota Medan*. Medan: Fakultas ekonomi.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb.

Bapak/ibu saudara (i) yang saya hormati, saya Nauval Rizkyan mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sedang melakukan penelitian pada nasabah Bank X, adapun judul penelitian saya yaitu **“PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG DI BANK X”**.

Saya memohon kesediaan Bapak/ibu/saudara (i) untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner ini untuk membantu penelitian ini dalam mengumpulkan data sebagai bahan penelitian. Oleh karena itu, setiap jawaban yang diberikan sangat bermanfaat bagi saya dalam penelitian ini. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk pengisian :

Isilah pertanyaan berikut ini dengan melingkari (O) salah satu pilihan yang sesuai dengan identitas anda.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama:
2. Alamat:

3. Jenis kelamin:

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

4. Usia:

- a. 17-20 tahun
- b. 20-30 tahun
- c. 30-40 tahun
- d. > 50 tahun

5. Agama:

- a. Islam
- b. Lainnya (sebutkan).....

6. Pekerjaan:

- a. Pelajar/mahasiswa
- b. Anggota TNI/POLRI
- c. PNS
- d. Karyawan/pegawai
- e. Lainnya (sebutkan).....

7. Pendidikan terakhir:

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA
- d. D1/D2/D3
- e. S1/S2/S3

8. Penghasilan per bulan:

- a. < Rp. 1.000.000
- b. Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
- c. Rp.5.000.000 – Rp. 10.000.000
- d. > Rp. 10.000.000

9. Berapa lama anda menjadi nasabah Bank X:

- a. 1-3 tahun
- b. 4-6 tahun
- c. 7-9 tahun
- d. >10 tahun

II. PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah masing-masing pernyataan di bawah ini dengan penilaian saudara mengenai “Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank X”. Dengan cara memberikan tanda (✓) pada salah satu kolom pada jawaban yang tersedia.

Keterangan jawaban sebagai berikut:

Keterangan Jawaban

No	Simbol	Keterangan	Nilai
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	KS	Kurang Setuju	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

III. DAFTAR PERNYATAAN

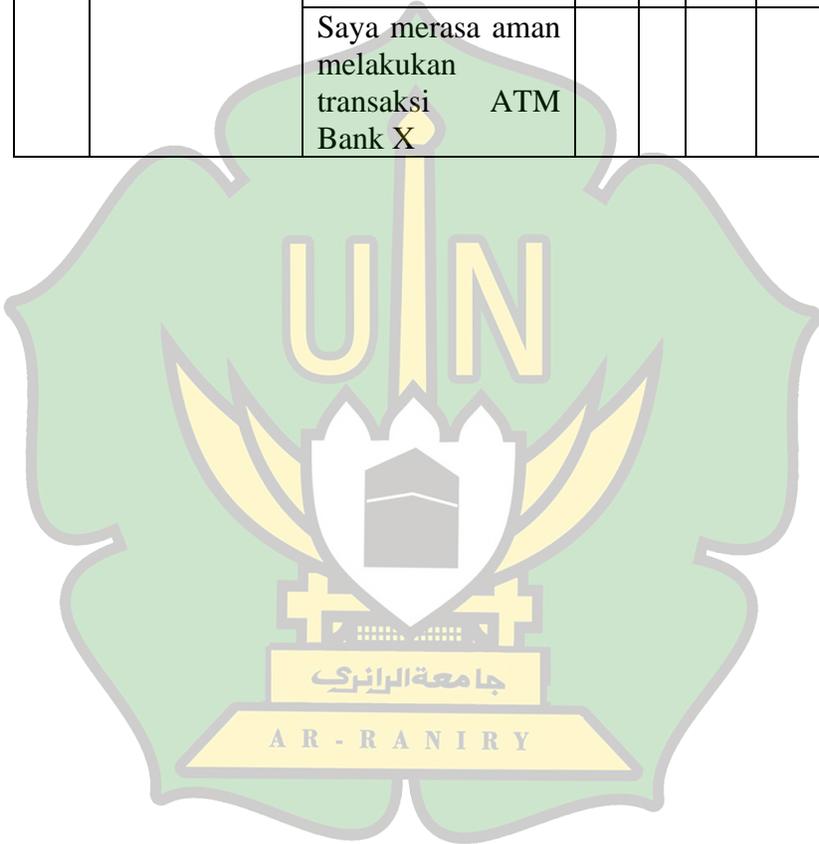
LOKASI(X_1)							
N O	INDIKATOR	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	ST S
1	Akses terjangkau	Tersedianya jaringan ATM yang tersebar luas sehingga memudahkan untuk dijangkau nasabah					
		Lokasi Bank X tidak terlalu jauh dari tempat tinggal saya					
2	Visibilitas	Lokasi Bank X sangat strategis dan dekat dengan kota					
		Bank X dapat terlihat jelas dari tepi jalan					
3	Fasilitas area parkir	Bank X menyediakan area parkir yang memadai serta aman untuk nasabah					
		Fasilitas area parkir Bank X memiliki pos keamanan					
4	Dekat sarana umum	Jalur lalu lintas didaerah Bank X lancar sehingga memudahkan nasabah					
		Bank X berada dilokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum					

KUALITAS PELAYANAN (X_2)							
NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Kepatuhan	Bank X dalam kegiatan operasinya menjalankan prinsip dan hukum syariah.					
		Bank X menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami.					
2	Jaminan	Bank X memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi					
		Bank X menjamin kerahasiaan tabungan nasabah					
3	Keandalan	Kualitas pelayanan yang diberikan Bank X sesuai dengan yang dipromosikan.					
		Pegawai Bank X dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah.					
4	Bukti fisik	Pegawai Bank X memiliki penampilan yang					

		menarik					
		Fasilitas ruang antrian bank nyaman, bersih, dan tenang.					
5	Empati	Dalam memberi pelayanan, pegawai Bank X tidak lupa menyebut nama nasabah.					
		Pegawai Bank X berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang nasabah hadapi.					
6	Ketanggapan	Pegawai Bank X memberikan informasi pelayanan dengan jelas.					
		Pegawai Bank X selalu bersedia membantu bila nasabah dalam kesulitan.					

KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG (Y)							
N O	INDIKATO R	PERNYATAAN	S S	S	K S	T S	ST S
1	Pengenalan kebutuhan	Menjadi nasabah di Bank X sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
		Menjadi nasabah Bank X karna pertimbangan adanya bagi hasil yang halal					
2	Pencarian informasi	Saya berusaha mencari informasi mengenai Bank X					
		Sebelum menjadi nasabah saya membandingkan Bank X dengan bank lain					
3	Evaluasi berbagai alternatif	Saya akan merekomendasikan Bank X kepada teman-teman					
		Saya berkeinginan mencari jasa pelayanan berkualitas sama dengan Bank X					
4	Keputusan pembelian	Bank X melakukan iklan promosi yang menarik					
		Saya menggunakan					

		Bank X karena dorongan dari pihak lain (keluarga/teman)					
5	Perilaku pasca pembelian	Saya merasa puas menabung di Bank X					
		Saya merasa aman melakukan transaksi ATM Bank X					



Lampiran 2. Persentase Karakteristik & Tanggapan Responden

1. Karakteristik Responden

Statistics					
		Jenis_Kelamin	Usia	Pekerjaan	Berapa_lama
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Jenis_Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	48	48.0	48.0	48.0
	Perempuan	52	52.0	52.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 50 tahun	1	1.0	1.0	1.0

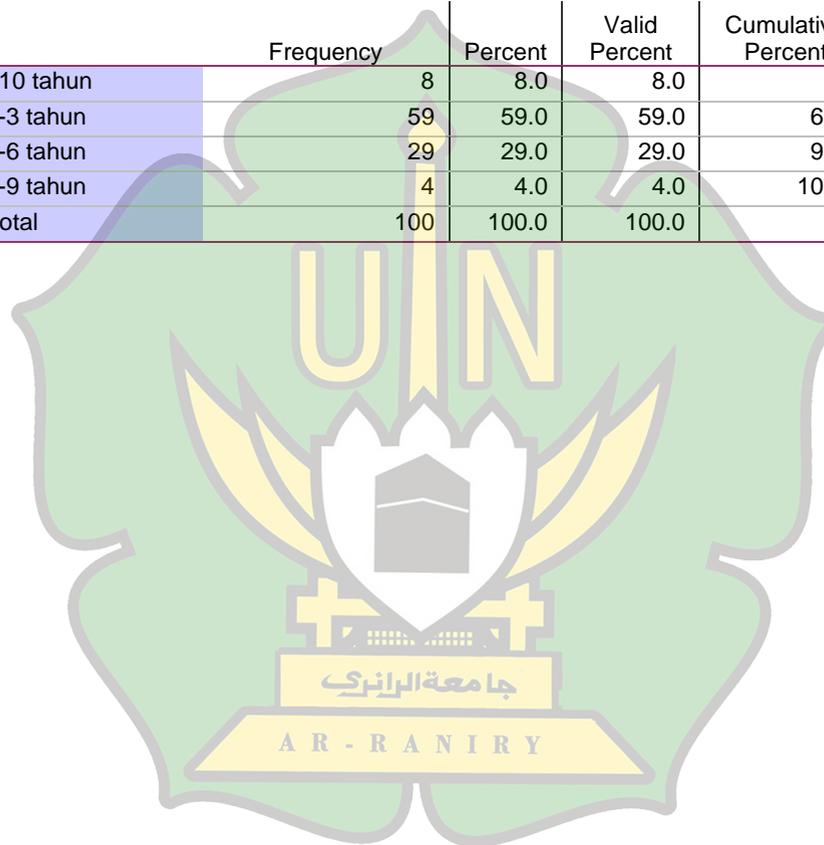
17-20 tahun	6	6.0	6.0	7.0
20-30 tahun	68	68.0	68.0	75.0
30-40 tahun	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Freelance	7	7.0	7.0	7.0
IRT	1	1.0	1.0	8.0
Karyawan/pegawai	12	12.0	12.0	20.0
Pelajar/mahasiswa	54	54.0	54.0	74.0
Petani	1	1.0	1.0	75.0
PNS	15	15.0	15.0	90.0
Sopir	1	1.0	1.0	91.0
Wiraswasta	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berapa_lama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid >10 tahun	8	8.0	8.0	8.0
1-3 tahun	59	59.0	59.0	67.0
4-6 tahun	29	29.0	29.0	96.0
7-9 tahun	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



2. Tanggapan Responden

1. Tersedianya jaringan ATM yang tersebar luas sehingga memudahkan untuk dijangkau nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju	14	14.0	14.0	17.0
	Setuju	59	59.0	59.0	76.0
	Sangat Setuju	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

2. Lokasi Bank Aceh Syariah KCP.Darussalam tidak terlalu jauh dari tempat tinggal saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	23	23.0	23.0	25.0
	Setuju	54	54.0	54.0	79.0
	Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

3. Lokasi Bank Aceh Syariah KCP.Darussalam sangat strategis dan dekat dengan kota

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	27	27.0	27.0	28.0
	Setuju	56	56.0	56.0	84.0
	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

4. Bank Aceh Syariah KCP.Darussalam dapat terlihat jelas dari tepi jalan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	30	30.0	30.0	30.0
	Setuju	55	55.0	55.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

5. Bank Aceh Syariah KCP.Darussalam menyediakan area parkir yang memadai serta aman untuk nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju	25	25.0	25.0	28.0
	Setuju	62	62.0	62.0	90.0
	Sangat Setuju	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

6. Fasilitas area parkir Bank Aceh Syariah KCP.Darussalam memiliki pos keamanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju	16	16.0	16.0	19.0
	Setuju	63	63.0	63.0	82.0

Sangat Setuju	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

7. Jalur lalu lintas didaerah Bank Aceh Syariah KCP.Darussalam lancar sehingga memudahkan nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	10.0
	Kurang Setuju	17	17.0	17.0	27.0
	Setuju	56	56.0	56.0	83.0
	Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

8. Bank Aceh Syariah KCP.Darussalam berada dilokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Kurang Setuju	6	6.0	6.0	10.0
	Setuju	67	67.0	67.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

9. Bank Aceh Syariah dalam kegiatan operasinya menjalankan prinsip dan hukum syariah.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Kurang Setuju	8	8.0	8.0	8.0
	Setuju	63	63.0	63.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

10. Bank Aceh Syariah menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Setuju	65	65.0	65.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

11. Bank Aceh Syariah memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	10	10.0	10.0	11.0
	Setuju	59	59.0	59.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

12. Bank Aceh Syariah menjamin kerahasiaan tabungan nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	20	20.0	20.0	22.0
	Setuju	49	49.0	49.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

13. Kualitas pelayanan yang diberikan Bank Aceh Syariah sesuai dengan yang dipromosikan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju	19	19.0	19.0	22.0
	Setuju	57	57.0	57.0	79.0
	Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

14. Pegawai Bank Aceh Syariah dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju	6	6.0	6.0	9.0
	Setuju	60	60.0	60.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

15. Pegawai Bank Aceh Syariah memiliki penampilan yang menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Tidak Setuju	17	17.0	17.0	24.0
	Kurang Setuju	32	32.0	32.0	56.0
	Setuju	35	35.0	35.0	91.0
	Sangat Setuju	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

16. Fasilitas ruang antrian bank nyaman, bersih, dan tenang.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Kurang Setuju	12	12.0	12.0	17.0
	Setuju	65	65.0	65.0	82.0
	Sangat Setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

17. Dalam memberi pelayanan, pegawai Bank Aceh Syariah tidak lupa menyebut nama nasabah.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	27	27.0	27.0	29.0
	Setuju	44	44.0	44.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

18. Pegawai Bank Aceh Syariah berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang nasabah hadapi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Kurang Setuju	12	12.0	12.0	16.0
	Setuju	62	62.0	62.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

19. Pegawai Bank Aceh Syariah memberikan informasi pelayanan dengan jelas.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju	20	20.0	20.0	23.0
	Setuju	62	62.0	62.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

20. Pegawai Bank Aceh Syariah selalu bersedia membantu bila nasabah dalam kesulitan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	10	10.0	10.0	12.0
	Setuju	59	59.0	59.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

21. Menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju	19	19.0	19.0	22.0
	Setuju	58	58.0	58.0	80.0
	Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

22. Menjadi nasabah Bank Aceh Syariah karna pertimbangan adanya bagi hasil yang halal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju	26	26.0	26.0	29.0
	Setuju	48	48.0	48.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

23. Saya berusaha mencari informasi mengenai Bank Aceh Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	30	30.0	30.0	32.0
	Setuju	51	51.0	51.0	83.0
	Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

24. Sebelum menjadi nasabah saya membandingkan Bank Aceh Syariah dengan bank lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	29	29.0	29.0	31.0
	Setuju	54	54.0	54.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

25. Saya akan merekomendasikan Bank Aceh Syariah kepada teman-teman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	24	24.0	24.0	26.0
	Setuju	60	60.0	60.0	86.0
	Sangat Setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

26. Saya berkeinginan mencari jasa pelayanan berkualitas sama dengan Bank Aceh Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju	24	24.0	24.0	27.0
	Setuju	58	58.0	58.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

27. Bank Aceh Syariah melakukan iklan promosi yang menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Kurang Setuju	19	19.0	19.0	23.0
	Setuju	59	59.0	59.0	82.0
	Sangat Setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

28. Saya menggunakan Bank Aceh Syariah karena dorongan dari pihak lain (keluarga/teman)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	4.0
	Kurang Setuju	16	16.0	16.0	20.0

Setuju	54	54.0	54.0	74.0
Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

29. Saya merasa puas menabung di Bank Aceh Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Setuju	78	78.0	78.0	82.0
	Sangat Setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

30. Saya merasa aman melakukan transaksi ATM Bank Aceh Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	76	76.0	76.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 3. Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel Lokasi

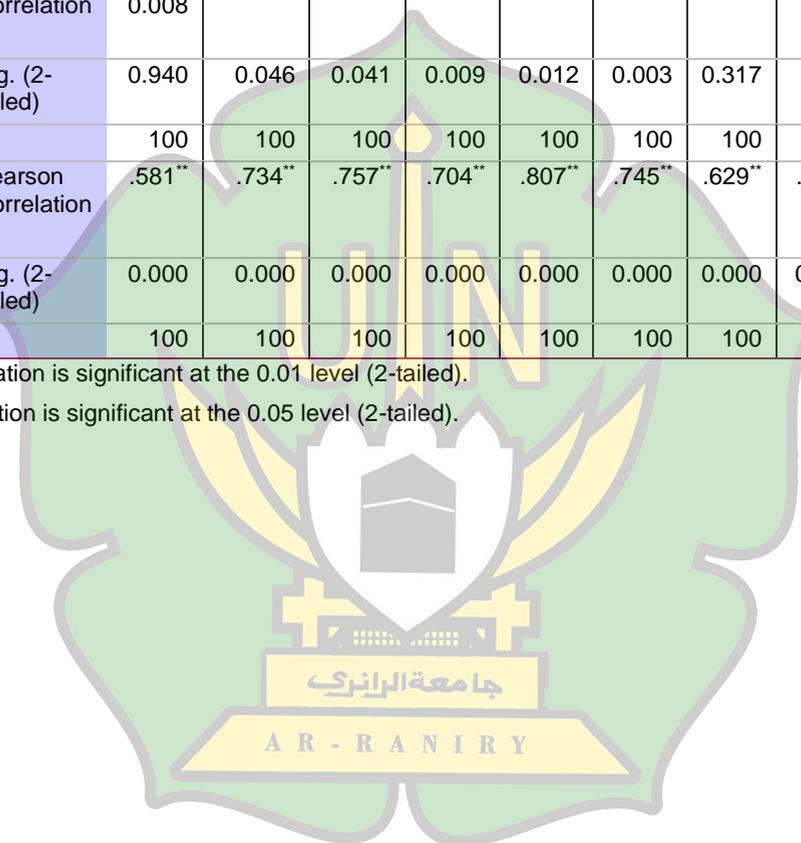
		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X
X1.1	Pearson Correlation	1	.517**	.348**	.316**	.387**	.275**	.269**	-	.581**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.001	0.000	0.006	0.007	0.940	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.517**	1	.521**	.407**	.506**	.488**	.308**	.200*	.734**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.002	0.046	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.348**	.521**	1	.433**	.575**	.669**	.353**	.205*	.757**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.041	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1.4	Pearson Correlation	.316**	.407**	.433**	1	.606**	.438**	.373**	.261**	.704**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.009	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.387**	.506**	.575**	.606**	1	.569**	.472**	.251*	.807**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.012	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.275**	.488**	.669**	.438**	.569**	1	.317**	.297**	.745**
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.000	0.000	0.000	0.000		0.001	0.003	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.269**	.308**	.353**	.373**	.472**	.317**	1	0.101	.629**
	Sig. (2-tailed)	0.007	0.002	0.000	0.000	0.000	0.001		0.317	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1.8	Pearson Correlation	-0.008	.200*	.205*	.261**	.251*	.297**	0.101	1	.415**
	Sig. (2-tailed)	0.940	0.046	0.041	0.009	0.012	0.003	0.317		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X	Pearson Correlation	.581**	.734**	.757**	.704**	.807**	.745**	.629**	.415**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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



2. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
X2.1	Pearson Correlation	1	.745**	.308**	.231*	0.191	0.156
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.002	0.021	0.057	0.121
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.745**	1	.255*	.216*	.304**	0.072
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.011	0.031	0.002	0.479
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.308**	.255*	1	.356**	.625**	.455**
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.011		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.231*	.216*	.356**	1	.594**	.375**
	Sig. (2-tailed)	0.021	0.031	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	0.191	.304**	.625**	.594**	1	.531**
	Sig. (2-tailed)	0.057	0.002	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	0.156	0.072	.455**	.375**	.531**	1
	Sig. (2-tailed)	0.121	0.479	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	0.056	0.103	0.075	0.162	0.196	0.012

	Sig. (2-tailed)	0.579	0.306	0.459	0.106	0.051	0.909
	N	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	0.170	0.102	0.127	.229*	0.115	0.079
	Sig. (2-tailed)	0.091	0.313	0.208	0.022	0.255	0.434
	N	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.241*	0.185	.512**	.425**	.527**	.486**
	Sig. (2-tailed)	0.016	0.066	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.213*	0.170	.480**	.505**	.532**	.580**
	Sig. (2-tailed)	0.034	0.091	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.11	Pearson Correlation	0.189	0.177	.532**	.540**	.648**	.463**
	Sig. (2-tailed)	0.059	0.078	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.12	Pearson Correlation	.284**	.317**	.452**	.283**	.428**	.469**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.001	0.000	0.004	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
XX	Pearson Correlation	.463**	.446**	.677**	.665**	.763**	.619**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	XX	

0.056	0.170	.241*	.213*	0.189	.284**	.463**
0.579	0.091	0.016	0.034	0.059	0.004	0.000
100	100	100	100	100	100	100
0.103	0.102	0.185	0.170	0.177	.317**	.446**
0.306	0.313	0.066	0.091	0.078	0.001	0.000
100	100	100	100	100	100	100
0.075	0.127	.512**	.480**	.532**	.452**	.677**
0.459	0.208	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
100	100	100	100	100	100	100
0.162	.229*	.425**	.505**	.540**	.283**	.665**
0.106	0.022	0.000	0.000	0.000	0.004	0.000
100	100	100	100	100	100	100
0.196	0.115	.527**	.532**	.648**	.428**	.763**
0.051	0.255	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
100	100	100	100	100	100	100
0.012	0.079	.486**	.580**	.463**	.469**	.619**
0.909	0.434	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
100	100	100	100	100	100	100
1	.415**	0.179	0.115	0.146	0.138	.413**
	0.000	0.074	0.255	0.147	0.172	0.000
100	100	100	100	100	100	100

.415**	1	.357**	.242*	.284**	.203*	.470**
0.000		0.000	0.015	0.004	0.043	0.000
100	100	100	100	100	100	100
0.179	.357**	1	.577**	.518**	.487**	.744**
0.074	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
100	100	100	100	100	100	100
0.115	.242*	.577**	1	.674**	.522**	.750**
0.255	0.015	0.000		0.000	0.000	0.000
100	100	100	100	100	100	100
0.146	.284**	.518**	.674**	1	.478**	.756**
0.147	0.004	0.000	0.000		0.000	0.000
100	100	100	100	100	100	100
0.138	.203*	.487**	.522**	.478**	1	.666**
0.172	0.043	0.000	0.000	0.000		0.000
100	100	100	100	100	100	100
.413**	.470**	.744**	.750**	.756**	.666**	1
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
100	100	100	100	100	100	100

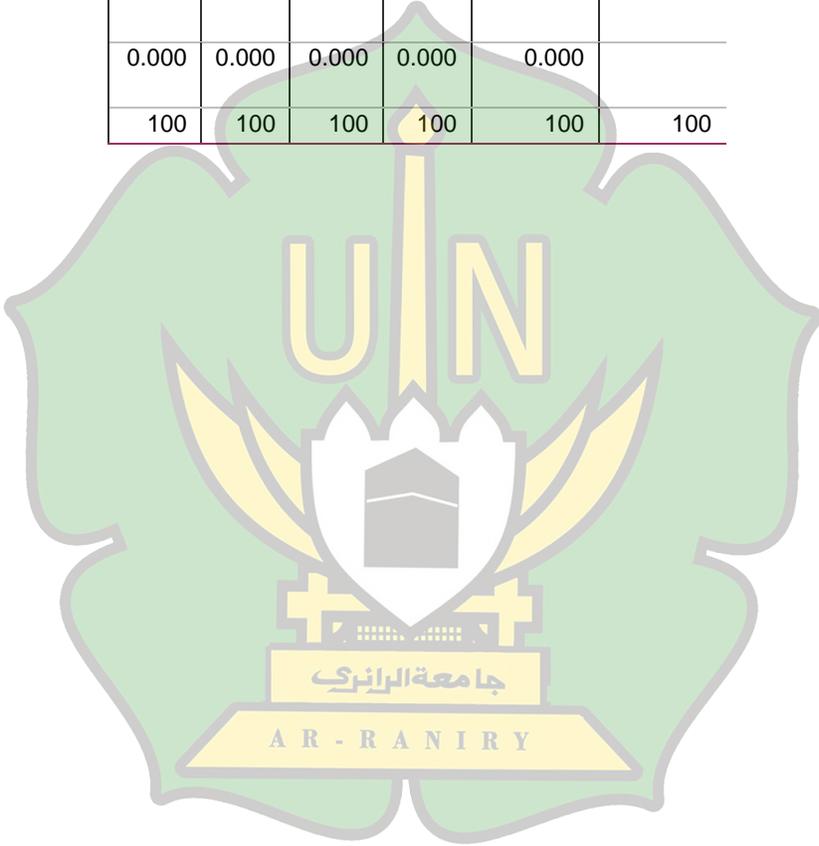
3. Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah untuk Menabung

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Y1	Pearson Correlation	1	.390**	.353**	.243*	.451**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.015	0.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.390**	1	.562**	.505**	.558**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.353**	.562**	1	.495**	.535**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.243*	.505**	.495**	1	.528**
	Sig. (2-tailed)	0.015	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.451**	.558**	.535**	.528**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.367**	.474**	.644**	.355**	.451**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.477**	.539**	.527**	.444**	.495**
	Sig. (2-tailed)					
	N					

	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.496**	.456**	.387**	.400**	.287**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.004
	N	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	.367**	0.123	.445**	0.177	.302**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.224	0.000	0.079	0.002
	N	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	.282**	0.196	.291**	0.115	.263**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.051	0.003	0.253	0.008
	N	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.663**	.747**	.784**	.655**	.729**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100
Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y	
.367**	.477**	.496**	.367**	.282**	.663**	
0.000	0.000	0.000	0.000	0.004	0.000	
100	100	100	100	100	100	
.474**	.539**	.456**	0.123	0.196	.747**	
0.000	0.000	0.000	0.224	0.051	0.000	
100	100	100	100	100	100	

.644**	.527**	.387**	.445**	.291**	.784**
0.000	0.000	0.000	0.000	0.003	0.000
100	100	100	100	100	100
.355**	.444**	.400**	0.177	0.115	.655**
0.000	0.000	0.000	0.079	0.253	0.000
100	100	100	100	100	100
.451**	.495**	.287**	.302**	.263**	.729**
0.000	0.000	0.004	0.002	0.008	0.000
100	100	100	100	100	100
1	.489**	.418**	.355**	.224*	.720**
	0.000	0.000	0.000	0.025	0.000
100	100	100	100	100	100
.489**	1	.542**	.317**	0.118	.760**
0.000		0.000	0.001	0.244	0.000
100	100	100	100	100	100
.418**	.542**	1	.221*	0.107	.675**
0.000	0.000		0.027	0.289	0.000
100	100	100	100	100	100
.355**	.317**	.221*	1	.609**	.520**
0.000	0.001	0.027		0.000	0.000
100	100	100	100	100	100

.224*	0.118	0.107	.609**	1	.409**
0.025	0.244	0.289	0.000		0.000
100	100	100	100	100	100
.720**	.760**	.675**	.520**	.409**	1
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
100	100	100	100	100	100



Lampiran 4. Uji Reliabilitas

Variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Nasabah untuk

Menabung:

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.821	8

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.845	12

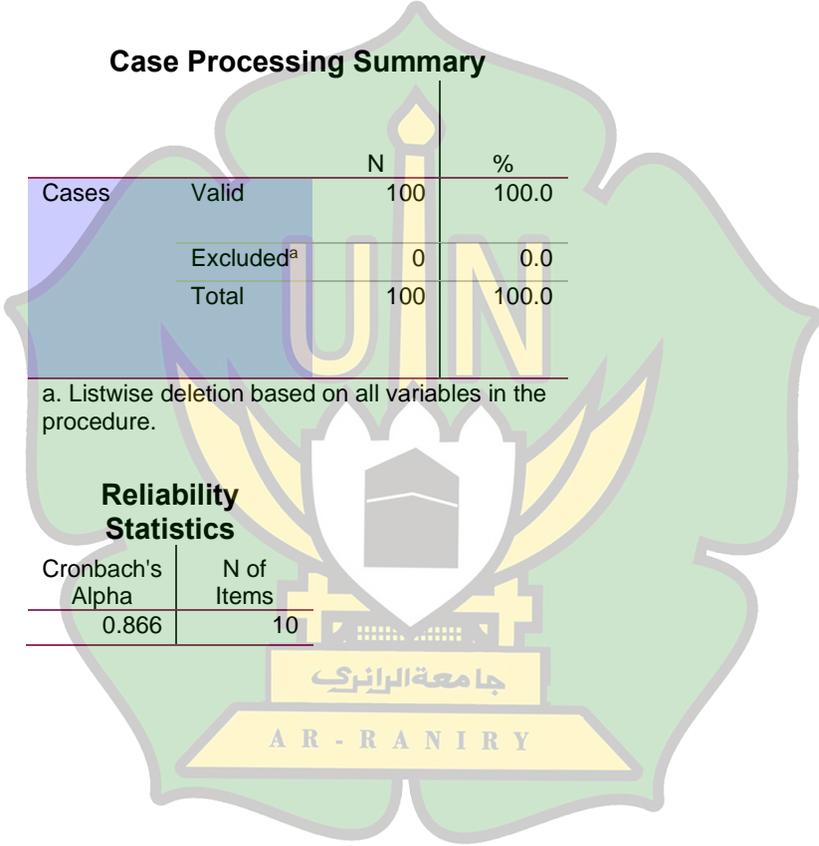
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.866	10



Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0.351	1.880		-0.187	0.852		
	X	0.269	0.066	0.222	4.078	0.000	0.599	1.669
	XX	0.654	0.047	0.752	13.790	0.000	0.599	1.669

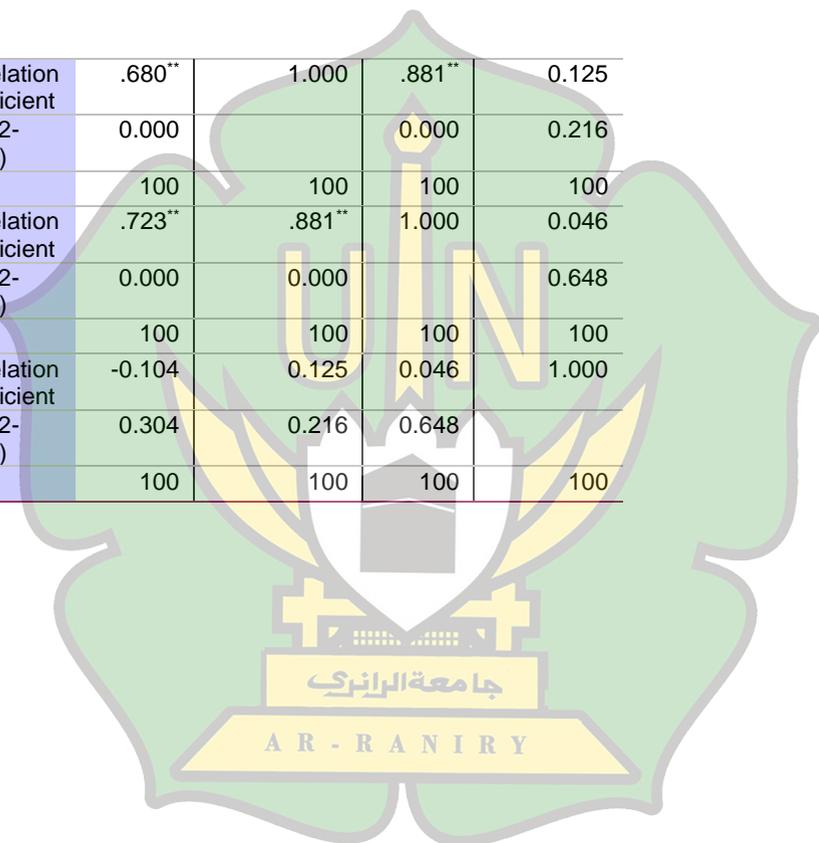
a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas

Correlations

		X	XX	Y	ABS_RES
Spearman's rho	X	1.000	.680**	.723**	-.104
			0.000	0.000	0.304
	N	100	100	100	100

XX	Correlation Coefficient	.680**	1.000	.881**	0.125
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.216
	N	100	100	100	100
Y	Correlation Coefficient	.723**	.881**	1.000	0.046
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.648
	N	100	100	100	100
ABS_RE	Correlation Coefficient	-0.104	0.125	0.046	1.000
	Sig. (2-tailed)	0.304	0.216	0.648	
	N	100	100	100	100



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

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameter ^{s a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.90631748
Most Extreme Differences	Absolute	0.077
	Positive	0.065
Test Statistic		0.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.149 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-0.351	1.880		-0.187	0.852
X	0.269	0.066	0.222	4.078	0.000
XX	0.654	0.047	0.752	13.790	0.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 6. Uji Hipotesis

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1721.189	2	860.595	232.030	.000 ^b
	Residual	359.771	97	3.709		
	Total	2080.960	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), XX, X

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-0.351	1.880		-0.187	0.852
	X	0.269	0.066	0.222	4.078	0.000
	XX	0.654	0.047	0.752	13.790	0.000

a. Dependent Variable: Y

Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 ^a	0.827	0.824	1.926

a. Predictors: (Constant), XX, X

b. Dependent Variable: Y