

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT
KOTA BANDA ACEH DALAM PENGAMBILAN PRODUK
PEMBIAYAAN PADA PT BANK BNI SYARIAH
CABANG BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**BAYU PRATAMA PUTRA
NIM. 150603059**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M /1441 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Bayu Pratama Putra
NIM : 150603059
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 mempertanggung jawabkan.*
- 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 pemanipulasian 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 dipertanggungjawabkan 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, 23 Juli 2019

Yang menyatakan,



Bayu Pratama Putra

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Banda Aceh
dalam Pengambilan Produk Pembiayaan Pada PT Bank BNI Syariah
Cabang Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Bayu Pratama Putra

NIM: 150603059

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

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., M.A
NIP: 197504052001121000

Akmal Riza, S.E., M.Si
NIDN: 2002028402

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
NIP: 19720907 200003 1 001

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG

SKRIPSI

Bayu Pratama Putra
NIM: 150603059

Dengan Judul:

**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Banda Aceh
dalam Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah
Cabang Banda Aceh**

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Senin, 15 Juli 2019 M
11 Dzulkaedah 1440 H
Banda Aceh

Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi

Ketua

Sekretaris,

Dr. Muhammad Khsir Yusuf, M.A
NIP. 197504032001121000

Akmal Riza, S.E., M.Si
NIDN. 2002028402

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003

Ana Fitria, S.E., M.Sc
NIP. 199009052019032019

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

Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Bayu Pratama Putra
NIM : 150603059
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : Bayupratamaputra398@gmail.com

Demi 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 KKU Skripsi

yang berjudul:

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Banda Aceh dalam Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

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 : 23 Juli 2019

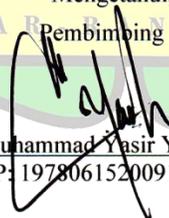
Mengetahui,

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II


Bayu Pratama Putra
NIM: 150603059


Dr. Muhammad Yasir Yusuf, M.A
NIP: 19780615200912 2 002


Akmal Riza, S.E, M.Si
NIDN. 2002028402

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ucapan syukur Alhamdulillah, karya sederhana ini penulis

Persembahkan untuk:

*Ayahanda Ir. Kumari dan Ibunda Mariah, S.Pd.i yang selalu menasehati, mengarahkan dan selalu memberikan kasih sayang

yang tak terhingga,

*Kedua adikku Dwiki Dimas Pradipta dan Muhammad Riski Al-Muttaqin

Atas segala peluh cinta dan doanya tanpa henti.

*Seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan motivasi, bimbingan dan selalu mendoakanku.

*Orang-orang yang tercinta yang kebersamai setiap episodnya, sebagai tanda hormat,

sayang dan terima kasih.

*Kepada almamater UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah skripsi yang berjudul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Banda Aceh dalam Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Shalawat beserta salam tak lupa pula penulis sanjungkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia ke jalan yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bimbingan arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ayumiati S.E., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan nasehat-nasehat, arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini, serta Mukhlis, S.HI., SE.,

MH. selaku operator program Studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry.

3. Muhammad Arifin, Ph.D, selaku ketua Laboratorium dan Akmal Riza S.E, M.Si selaku wakil ketua Laboratorium.
4. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., M.A selaku pembimbing I yang telah memberikan kemudahan dan dukungan sehingga terselesaikan skripsi ini. Dan Akmal Riza, S.E., M.Si., selaku pembimbing II yang telah memberikan saran, motivasi, bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku penguji I dan Ana Fitria, S.E., M.Sc selaku penguji II dalam sidang Munaqasyah skripsi.
6. Ayumiati, SE., M.Si., selaku penasehat akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama kuliah. Dan seluruh dosen dan staf pengajar jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Bapak tercinta Ir. Kumari dan kepada Mamak tercinta Mariah S.Pd.i, kasih sayang yang begitu dalam membuat penulis dapat merasakan kekuatan cinta hingga saat ini. Dan kepada Dwiki Dimas Pradipta dan Muhammad Riski Al-Muttaqin sebagai adik-adik yang selalu memberikan dukungan dan keluarga besar Roedi Soewandi dan Ibrahim Lathief yang telah memberikan kasih sayang serta doa, dan juga menjadi penyemangat bagi penulis.

8. Kepada sahabat-sahabatku Aditya Putra Pratama, Irvan Nopriyani, Nurul Altifah Dewi. Terima kasih untuk waktu, perasaan, dan tenaga yang telah di korbankan selama ini, semoga kita selalu bersama. Serta teman-teman seperjuanganku Program studi Perbankan Syariah angkatan 2015 saya ucapkan terima kasih yang telah bersama-sama ketika suka dan duka selama kuliah. Dan kepada teman-teman KPM yang telah mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis selama ini.
9. Kepada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh yang telah membantu memudahkan dalam pembuatan skripsi saya.

Bantuan itu semua dipulangkan kepada Allah SWT untuk memberikan ganjaran dan pahala yang setimpal. Dalam menyusun skripsi ini penulis berupaya semaksimal mungkin agar skripsi ini menjadi sempurna. Namun penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik.

Banda Aceh, 23 Juli 2019
Penulis,

Bayu Pratama Putra

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
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	Ẓ	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	Ḍ			

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>Fatḥah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fatḥah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fatḥah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

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
ي / اَ	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
 رَمَى : *ramā*
 قِيلَ : *qīla*
 يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta *marbutah* ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau 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:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
 الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

: *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

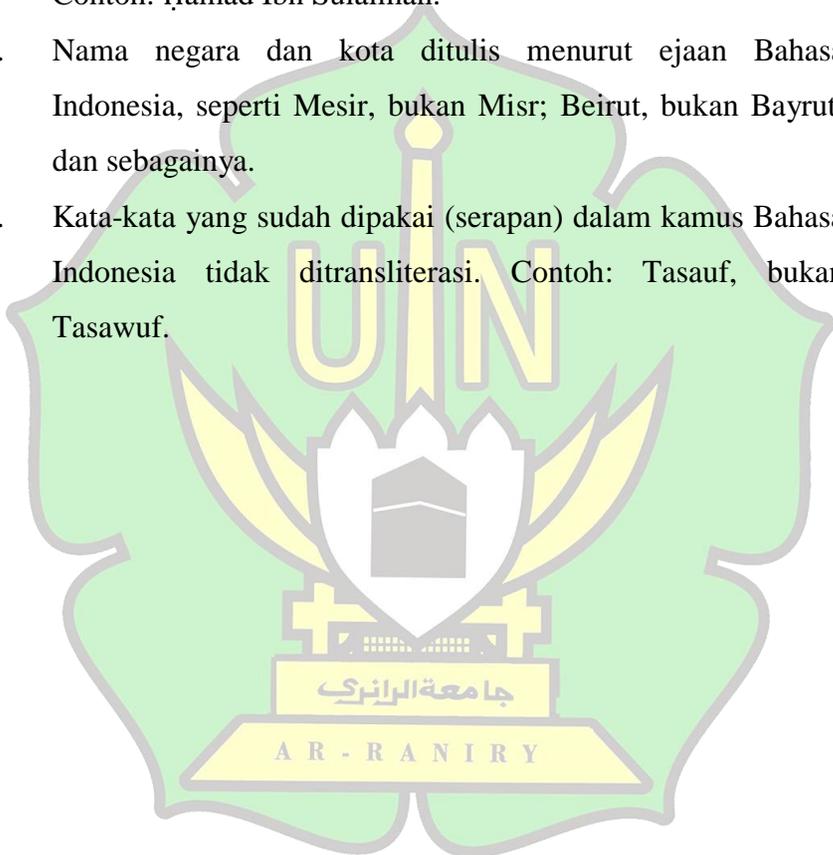
: *al-Madīnah al-Munawwarah/
 al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ

: *Talḥah*

**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: Ḥamad 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 Mahasiswa : Bayu Pratama Putra
NIM : 150603059
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Banda Aceh dalam Pengambilan Produk Pembiayaan Pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh
Tanggal Sidang : 15 Juli 2019
Tebal Skripsi : 157 halaman
Pembimbing I : Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., M.A
Pembimbing II : Akmal Riza, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh faktor kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian adalah penelitian lapangan dengan menggunakan kuesioner (skala *likert*). Sampel penelitian ini masyarakat Banda Aceh yang melakukan pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh sebanyak 77 orang dengan menggunakan teknik *random sampling*. Alat analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 9,855 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,50, hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan. Berdasarkan uji t : (1) Kebutuhan tidak berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan secara signifikan (2) Lokasi berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan (3) Informasi tidak berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan (4) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan. Variabel yang paling dominan adalah Kualitas Pelayanan.

Kata Kunci: Kebutuhan, Lokasi, Informasi, Kualitas Pelayanan, Pengambilan Produk Pembiayaan.

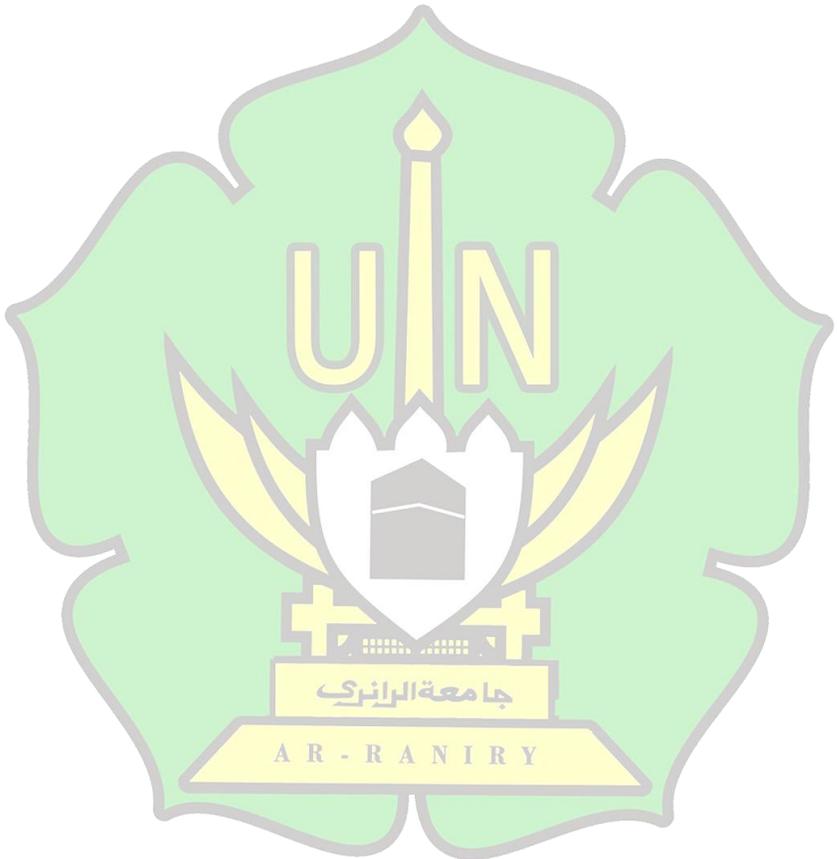
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN TRASLITERASI	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR SINGKATAN	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
2.1 Konsep Bank Syariah <i>I. B. V.</i>	17
2.1.1 Definisi Perbankan Syariah	17
2.1.2 Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional	18
2.1.3 Fungsi Bank Syariah.....	21
2.1.4 Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah.....	23
2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Banda Aceh dalam Pengambilan Produk Pembiayaan pada Bank Syariah	25
2.2.1 Kebutuhan.....	25
2.2.2 Lokasi	28

2.2.3	Informasi.....	30
2.2.4	Kualitas Pelayanan	32
2.3	Pengambilan Produk Pembiayaan Perbankan	
	Syariah	34
2.3.1	Keputusan Pembiayaan Konsumen	34
2.3.2	Produk Pembiayaan Bank Syariah	36
2.4	Penelitian Terdahulu	40
2.5	Pengaruh Antar Variabel.....	50
2.6	Kerangka Pemikiran.....	56
2.7	Hipotesis Penelitian	57
BAB III	METODE PENELITIAN	59
3.1	Lokasi Penelitian	59
3.2	Jenis Penelitian	60
3.3	Tahapan Penelitian	60
3.4	Sumber Data	61
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	62
3.6	Teknik Pengumpulan Data	65
3.7	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	66
3.7.1	Definisi Variabel.....	66
3.7.2	Operasionalisasi Variabel	67
3.8	Skala Pengukuran	70
3.9	Uji Kualitas Data Penelitian	72
3.9.1	Validitas.....	72
3.9.2	Reliabilitas.....	72
3.10	Uji Asumsi Klasik	73
3.10.1	Uji Normalitas	73
3.10.2	Heteroskedastisitas	75
3.10.3	Multikolinieritas	75
3.10.4	Uji R (Koefisien Korelasi)	76
3.11	Metode Analisis Data.....	76
3.12	Pembuktian Hipotesis.....	78
3.12.1	Uji Simultan (Uji – F)	78
3.12.2	Uji Parsial (Uji – t).....	79
3.12.3	Uji R ² (koefisien determinasi).....	81

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
4.1	Gambaran Objek Penelitian	82
4.2	Karakteristik Responden	83
4.3	Statistik Deskriptif	87
4.3.1	Analisis Frekuensi Responden	87
4.4	Hasil Uji Kualitas Data Penelitian	99
4.4.1	Hasil Uji Validitas	99
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	100
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	101
4.5.1	Uji Normalitas	101
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas	104
4.5.3	Uji Multikolinieritas	105
4.5.4	Uji R (Koefisien Korelasi)	106
4.6	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	107
4.7	Hasil Uji Ketetapan Model	111
4.7.1	Hasil Uji F (Uji Simultan)	111
4.7.2	Hasil Uji t (Uji Parsial)	112
4.8	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	116
4.9	Pembahasan	117
4.9.1	Pengaruh Kebutuhan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh	117
4.9.2	Pengaruh Kebutuhan terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh	119
4.9.3	Pengaruh Lokasi terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh	120
4.9.4	Pengaruh Informasi terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh	121
4.9.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh	123

BAB V	PENUTUP	125
	5.1 Kesimpulan	125
	5.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA		129
LAMPIRAN		134



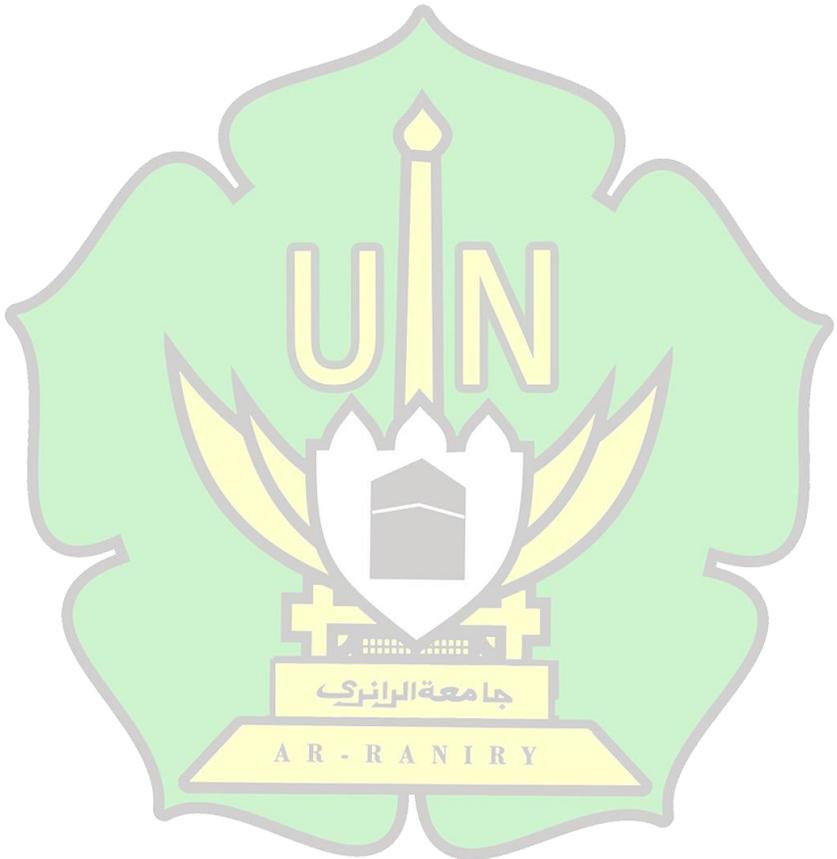
DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Pembiayaan dan NPF Berdasarkan Jenis Akad BUS dan UUS	3
Tabel 1.2 Produk Pembiayaan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh Periode November-Desember 2018.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Banda Aceh dalam Pengambilan Produk Pembiayaan Pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.....	46
Tabel 3.1 Populasi Nasabah Produk Pembiayaan Pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh	62
Tabel 3.2 Matriks Operasionalisasi Penelitian	68
Tabel 3.3 Item Instrumen yang Menggunakan Skala <i>Likert</i>	70
Tabel 3.4 Skala Pengukuran Responden (Skala <i>Likert</i> 1-5).....	71
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	84
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif.....	88
Tabel 4.3 Interpretasi Nilai Rata-rata Tanggapan Responden.....	89
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan PT Bank BNI Syariah	90
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Kebutuhan.....	92
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Lokasi	94
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Informasi.....	95
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Kualitas Pelayanan	97
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	100
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	101
Tabel 4.11 Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	104
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas	106
Tabel 4.13 Hasil Uji R (Koefisien Korelasi)	107
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	109
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan	112
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial.....	113
Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi	117

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	56
Gambar 4.1 Histogram Normalitas.....	102
Gambar 4.2 Normal <i>Probability Plot</i>	103
Gambar 4.3 Grafik Pengujian Heteroskedastisitas	105



DAFTAR SINGKATAN

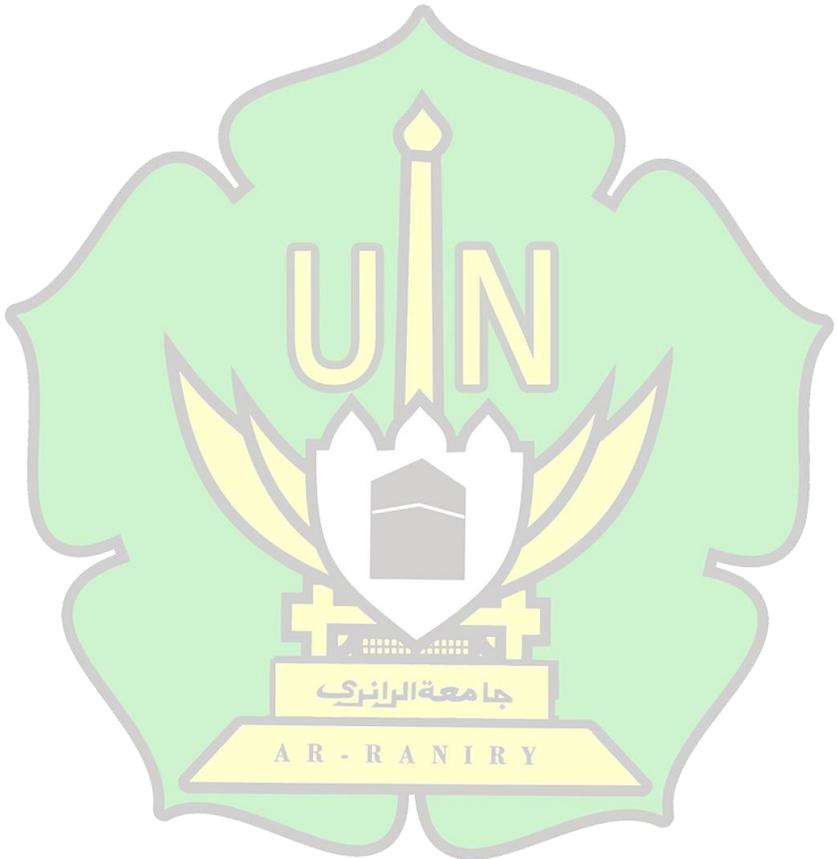
SWT	: <i>Subhanallahu Wa Ta'la</i>
SAW	: <i>Shallallahu A'alaihi Wasalam</i>
UUD	: Undang-Undang Dasar
ATM	: Anjungan Tunai Mandiri
UIN	: Universitas Islam Negeri
SDIT	: Sekolah Dasar Islam Terpadu
SMA	: Sekolah Menengah Atas
VIF	: <i>Variance Inflation Factor</i>
KJKS	: Koperasi Jasa Keuangan Syariah
BMT	: <i>Baitul Maal wat Tamwil</i>



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran I Kuesioner Penelitian.....	134
Lampiran II Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	142
Lampiran III Tabulasi Data Persepsi Responden.....	146
Lampiran IV Hasil Output SPSS.....	148



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank memiliki peran besar dalam tata kehidupan masyarakat baik secara jangka pendek maupun secara jangka panjang. Bank sebagai lembaga intermediasi antara pihak investor yang menginvestasikan dananya di bank kemudian menyalurkan dananya kepada pihak lain yang membutuhkan dana (Ismail, 2017:32). Letak fungsi dasar bank merupakan usaha menjaga keseimbangan kedua hal tersebut. Kedudukan bank menjadi sangat penting ketika bank tersebut bekerja dan ikut serta mendorong tumbuh serta berkembangnya ekonomi suatu negara.

Perkembangan zaman yang begitu cepat telah membentuk pola pikir masyarakat untuk memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan pilihan dan kenyamanannya. Umat Islam sebagai umat yang memegang teguh ajaran Islam menginginkan adanya lembaga keuangan yang berazaskan pada nilai-nilai Islam, sehingga keputusan mendirikan lembaga perbankan syariah juga bagian dari keinginan menjawab pertanyaan tersebut (Fahmi, 2014:25).

Titik terang mengenai permasalahan tersebut mampu dijawab dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang sekaligus menjadi payung hukum terhadap aktivitas transaksi yang dilakukan oleh perbankan syariah di Indonesia. Dengan adanya Undang-Undang khusus yang mengatur perbankan syariah serta instrumen hukum lainnya,

diharapkan eksistensi perbankan syariah semakin kokoh, para investor semakin tertarik untuk melakukan bisnis di bank syariah sehingga perbankan syariah di Indonesia akan menjadi semakin lebih baik lagi. Menurut Ikatan Bankir Indonesia, berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah (IBI, 2014) .

Prinsip syariah merupakan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana dan atau penyaluran dalam bentuk pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah. Di sisi lain, pemberian kredit pada bank konvensional dalam meminjamkan uang kepada nasabah yang membutuhkan dan mengambil bagian keuntungan berupa bunga dan provisi dengan cara membungakan uang yang dipinjamkan tersebut. Namun, prinsip syariah meniadakan transaksi semacam ini dan mengubahnya menjadi pembiayaan. Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah merupakan penyediaan uang berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Sistem bagi hasil perbankan syariah yang diterapkan dalam bank tersebut relatif mempertahankan kinerjanya dalam melakukan penyaluran produk kepada nasabahnya dan tidak larut oleh tingkat suku bunga simpanan sehingga beban operasional lebih rendah dari bank konvensional (Fahmi, 2014:31).

Mengingat begitu beragam produk dan jasa yang ditawarkan kepada nasabah perbankan syariah, seyogianya apabila bank syariah dapat menjadi penasehat keuangan (*financial advisor*) bagi nasabah yang memerlukan fasilitas dari bank. Hendaknya, bank jangan hanya bertumpu kepada jenis produk atau jasa tertentu dan bersifat memaksa nasabah menerima model pembiayaan tertentu. Akan tetapi, pada kenyataannya kebutuhan nasabah lebih dapat dilayani dengan model pembiayaan yang tepat untuk nasabah guna mengoptimalkan pendapatan dan keuntungan (Sjahdeini, 2014:417).

Secara umum penyaluran pembiayaan yang dilakukan Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) di Indonesia dapat dilihat secara ringkas pada Tabel 1.1. Data yang ada menunjukkan perkembangan jumlah pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah kepada nasabahnya. Jumlah pembiayaan tahun 2015 sebesar 212.996 miliar rupiah, terjadi peningkatan pada tahun 2016 menjadi 248.007 miliar rupiah. Penurunan jumlah pembiayaan sempat terjadi di tahun 2017 sebesar 244.266 miliar rupiah, dan kembali meningkat tahun 2018 sebesar 280.631 miliar.

Tabel 1.1
Pembiayaan dan NPF Berdasarkan Jenis Akad BUS dan UUS
(Disajikan dalam Miliar Rupiah)

Indikator	2015	2016	2017	2018	Persen
1. Pembiayaan Bagi Hasil NPF	75.533	93.713	91.361	114.64	51,78%
a. Mudharabah NPF	3.414	3.272	3.288	6	38,17%
	14.820	15.292	14.654	4.717	67,5%
	323	401	378	15.821	30,03%
	60.713	78.421	76.707	420	62,77%

Tabel 1.1–Lanjutan

Indikator	2015	2016	2017	2018	Persen
b. Musyarakah NPF	3.091	2.871	2910	98.825	39,02%
c. Pembiayaan Bagi hasil Lainnya NPF	-	-	-	4.297	-
2. Piutang NPF	126.83	145.14	144.05	156.82	23,64%
a. Murabahah NPF	2	5	5	1	24,67%
b. Qardh NPF	5.643	6.364	6.828	7.035	22,26%
c. Istishna' NPF	122.11	139.53	138.49	149.29	25,48%
	1	6	8	9	59,88%
	5.502	6.258	6.679	6.904	-74,4%
	3.951	4.731	4.678	6.317	56,49%
	121	90	131	112	-50,0%
	770	878	879	1.205	
	20	16	17	19	
3. Pembiayaan Sewa (ijarah) NPF	10.631	9.150	9.049	9.164	-1380%
a. Pembiayaan Sindikasi NPF	191	661	685	236	23,56%
b. Pembiayaan Secara Channeling NPF	-	-	-	-	-
	8	6	6	0	-
	-	-	-	0	10,000%
c. Pembiayaan Secara Eksekuting NPF	-	-	-	29	
d. Pembiayaan Sewa Lainnya NPF	-	-	-	-	
	10.463	9.144	9043	9.135	
	191	661	685	236	-12,69%
					23,56%
4. Salam NPF	-	-	-	-	
	-	-	-	-	
Total Pembiayaan	212.99	248.00	244.46	280.63	31,75%
Total NPF	6	7	6	1	29,13%
	9.284	10.298	10.800	11.988	

Sumber : Statistik Perbankan Syariah (OJK, 2018)

Perkembangan kelembagaan perbankan syariah di Indonesia menurut data statistik perbankan syariah menunjukkan bahwa jaringan kantor perbankan syariah baik BUS maupun UUS pada bulan September tahun 2018 berjumlah 2.502 kantor. Berdasarkan data statistik perbankan syariah tersebut, menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jaringan kantor perbankan syariah pada tahun 2009 yang hanya berjumlah 1.223 kantor (OJK, 2018).

Peningkatan ini merupakan respon yang baik dari masyarakat atas kepercayaannya untuk menggunakan produk dan jasa yang ada di perbankan syariah. Selain untuk menghindari praktik kredit yang mengandung riba yang ada pada bank konvensional, ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan bagi nasabah untuk menggunakan produk dan jasa perbankan, baik di bank konvensional maupun bank syariah. Penyaluran produk pada bank konvensional dikenal dengan istilah kredit, sedangkan pada bank syariah dikenal dengan istilah pembiayaan.

Dewasa ini perbankan syariah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Keberadaannya telah mewabah di seluruh wilayah Indonesia termasuk kota Banda Aceh. Potensi perkembangan perbankan syariah sangat besar mengingat Banda Aceh merupakan daerah penerapan syariah Islam secara *khaffah*, yang dijuluki kota Serambi Mekkah sangat cocok dengan produk syariah yang ditawarkan oleh PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Syariat Islam pernah berlaku dan dilaksanakan di Aceh pada masa

kerajaan Islam Perlak, kerajaan Islam Samudera Pasai, dan kerajaan Islam Aceh Darussalam (Yulianti, 2015).

Kehadiran PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dalam penyaluran produk pembiayaan diterima baik oleh masyarakat kota Banda Aceh yang ditandai dengan pertumbuhan kinerja yang positif. Per Juni 2018, aset tumbuh sebesar 55 persen, Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar 88 persen dan pembiayaan sebesar 72 persen yang terus meningkat dari periode yang sama di tahun sebelumnya (Republika, 2019). Di sisi lain, keterbatasan yang dimiliki PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh yang hanya mempunyai sebuah kantor operasional dan sebuah unit pembantu yang berada di dalam area rumah sakit Zainal Abidin tidak mempengaruhi hubungannya dengan para nasabah terutama masyarakat kota Banda Aceh.

PT Bank BNI Syariah saat ini telah menjadi Bank Umum Syariah (BUS) yang mulai beroperasi di Banda Aceh pada tanggal 19 Juni 2010. PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh yang menawarkan berbagai produk perbankan, diantaranya produk yang tergolong produk dana, produk pembiayaan, dan produk jasa lainnya telah diluncurkan demi memberikan rasa aman bagi masyarakat kota Banda Aceh akan produk dan jasa perbankan sesuai prinsip syariah.

Produk pembiayaan dalam perbankan syariah dibagi menjadi tiga. Pertama, *Return Bearing Financing* merupakan bentuk pembiayaan yang secara komersial menguntungkan. Kedua,

Return Free Financing merupakan bentuk pembiayaan yang tidak untuk mencari keuntungan. Ketiga, *Charity Financing* merupakan bentuk pembiayaan yang memang diberikan kepada orang miskin dan membutuhkan (Ascarya, 2017:122).

Produk-produk pembiayaan perbankan syariah, khususnya pada bentuk pembiayaan yang secara komersial ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dan dalam bentuk investasi sendiri (*trade financing*) kepada yang membutuhkan pembiayaan menggunakan pola jual beli (*murabahah, salam, dan istishna*). PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh menawarkan produk pembiayaan yang secara komersial di antaranya, OTO iB Hasanah, Griya iB Hasanah, Emas iB Hasanah Fleksi iB Hasanah, Multi Guna iB Hasanah, CCF iB Hasanah, Pembiayaan Forum Pensiunan Pegawai (FPP), Pembiayaan UIN, dan Pembiayaan SDIT.

Tabel 1.2
Produk Pembiayaan PT Bank BNI Syariah Cabang
Banda Aceh Periode November-Desember 2018

No	Produk Pembiayaan	Total Nasabah	Nasabah Pembiayaan Aktif	Nasabah
1	OTO iB Hasanah	9	9	-
2	Griya iB Hasanah	155	152	3
3	Emas iB Hasanah	4	4	-
4	Fleksi Umroh iB Hasanah	142	136	6
5	Multi Guna iB Hasanah	29	27	2
6	CCF iB Hasanah	4	4	-
7	Forum Pensiunan Pegawai (FPP)	11	9	2
8	Pembiayaan UIN	1	1	-
9	Pembiayaan SDIT	1	1	-
Total		343	343	13

Sumber: PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh (2018).

Data Tabel 1.2 menunjukkan pembiayaan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh periode November sampai dengan Desember 2018 berdasarkan produk dan jumlah nasabah. Produk pembiayaan yang berada di posisi pertama di hati masyarakat kota Banda Aceh adalah produk Griya iB Hasanah dengan jumlah nasabah sebanyak 155 nasabah. Selanjutnya, pada posisi kedua produk Fleksi Umroh iB Hasanah dengan jumlah nasabah sebanyak 142 nasabah. Namun, produk pembiayaan lainnya berada jauh dibandingkan dua produk pembiayaan di atas. Hal ini mengindikasikan bahwa produk pembiayaan lainnya pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh belum mampu mempengaruhi nasabah terhadap pengambilan produk pembiayaan.

Dalam temuan awal penelitian berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan *Account Officer* pembiayaan di PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh¹, temuan di lapangan menunjukkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh terhadap pengambilan produk pembiayaan. Faktor tersebut di antaranya kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan.

Inisiatif pengajuan - pembiayaan y biasanya dating dari nasabah yang biasanya kekurangan dana. Namun dalam perkembangannya, inisiatif tersebut tidak mesti dating dari nasabah, tetapi juga muncul dari *officer* bank. *Officer* bank syariah yang berjiwa bisnis biasanya mampu menangkap peluang usaha

¹ Wawancara dengan Darma, tanggal 13 Desember 2018 di Kantor PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh

tertentu. Data yang diperlukan oleh *officer* bank didasari pada kebutuhan dan tujuan pembiayaan dalam proses penyaluran produk kepada nasabahnya (Zulkifli, 2007). Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, yang digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan (Kotler & Armstrong, 2012:27).

Kebutuhan diduga berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaksesuaian antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Dari kebutuhan yang dirasakan tersebut membuat seseorang melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan (*need*) merupakan konsep yang lebih bernilai dari sekedar keinginan (*want*). *Want* ditetapkan berdasarkan konsep *utility*, akan tetapi *need* didasarkan atas konsep *masalah*. Dalam penelitian Ilyas (2015) konsep Islam tentang kebutuhan dalam pemilihan produk tergantung manfaat dan *masalah* yang ada pada produk itu.

Penemuan ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fasilatul (2015) kebutuhan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah di KJKS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun Gresik, artinya ketika nasabah dalam memenuhi kebutuhan hidupnya apakah itu kebutuhan konsumtif maupun produktif maka akan mempengaruhi terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah.

Ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi, individu akan terus berupaya sampai memperolehnya meskipun menggunakan berbagai strategi di antaranya menemukan lokasi perbankan syariah yang strategis.

Lokasi Bank merupakan tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Lokasi merupakan acuan dasar bagi nasabah terutama dalam pengambilan produk pembiayaan syariah. Lokasi bank-bank syariah menjadi salah satu yang mempengaruhi nasabah dikarenakan oleh posisi kantor, alokasi mesin ATM, penggunaan teknologi, terstandar keamanan, parkir, menyediakan tempat ibadah dan toilet yang bersih, serta mengoptimalkan antrian di jam sibuk (Arif, 2010:145-146).

Dalam penelitian Suciati (2016) dimana variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim melakukan pembiayaan di bank syariah. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diperoleh nilai t hitung yaitu sebesar 0.084. Jadi nilai t hitung $<$ t tabel ($0.084 < 1.984$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi tidak berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah. Di sisi lain, lokasi merupakan upaya memudahkan nasabah dalam memperoleh informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

Menurut (George & Hopwood, 2000:1) informasi merupakan alat yang diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk

mengambil keputusan yang tepat. Menurut Lupiyoadi (2006:221) informasi merupakan salah satu faktor penting yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan nasabah sebelum melakukan pengambilan produk pembiayaan yang tepat di lembaga keuangan syariah. PT Bank BNI Syariah meresmikan relokasi Kantor Cabang Banda Aceh dalam rangka meningkatkan layanan dan mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Provinsi Aceh (Antara, 2018).

Dalam penelitian Avizah (2014) dimana variabel informasi tidak pengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah. Hasil penelitian ini membuktikan ketika nasabah memperoleh informasi dari penyedia layanan maka informasi tersebut tidak akan berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah. Namun, informasi yang baik ditentukan oleh penyedia layanan dalam perbankan syariah melalui kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang mampu digambarkan oleh tingkat kepuasan nasabah dengan terpenuhinya harapan serta loyalitas nasabah pada bank syariah tersebut. Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah bank syariah, memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dibanding dengan pesaing secara konsisten. Menurut Lupiyoadi (2006:193) dengan meningkatnya kualitas atribut produk dan pelayanan, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Dengan meningkatnya kualitas atribut produk dan pelayanan, maka

kepuasan nasabah juga akan meningkat. Dengan meningkatnya kepuasan nasabah maka diharapkan nasabah yang bertahan juga meningkat, sehingga mampu menghasilkan laba yang lebih besar.

Dalam penelitian Nisa (2018) variabel kualitas pelayanan mempunyai kontribusi positif terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah. Variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang ditawarkan pihak perbankan syariah berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut lagi apakah faktor-faktor seperti kebutuhan, informasi, lokasi, dan kualitas pelayanan mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh secara simultan dan parsial. Sehubungan dengan uraian yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Banda Aceh dalam Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk

pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh?

2. Apakah kebutuhan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh?
4. Apakah informasi berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui kebutuhan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk

pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

3. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui informasi berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
5. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada bagian ini peneliti berharap agar penelitian ini bisa memberikan berbagai manfaat bagi beberapa pihak terkait dengan penelitian ini, diantaranya:

1. Bagi Bank PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi kepada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh berupa faktor-faktor dominan yang dapat diolah oleh *Consumer Processing Head* dalam proses perancangan produk pembiayaan.

2. Bagi akademisi dan mahasiswa hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan referensi tentang faktor yang mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
3. Bagi peneliti lainnya hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan mengenai faktor yang mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

1.5 Sistematika Pembahasan

Susunan sistematika pembahasan dalam penulisan tentang Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dapat penulis uraikan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Berisi tentang pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan sesuai dengan judul skripsi ini.

BAB II Landasan teori

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang memuat tentang berbagai teori-teori, penelitian terkait atau yang sudah pernah diteliti, gambaran objek penelitian, model penelitian atau

kerangka berfikir dan pengembangan hipotesis yang mendasari dan berhubungan dengan topik permasalahan yang akan diteliti.

BAB III Metode Penelitian

Berisi tentang metode penelitian yang menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Pada bab ini akan memaparkan tentang lokasi penelitian, jenis penelitian, tahapan penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, definisi dan operasionalisasi variabel, skala pengukuran, uji kualitas data penelitian, uji asumsi klasik, metode analisis data, serta pembuktian hipotesis.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini memuat hasil analisis serta pembahasan secara mandalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya. Berisi karakteristik responden, statistik deskriptif, hasil uji kualitas data penelitian, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis regresi linier berganda, serta uji ketetapan model dan pembahasan dari hasil analisis data dalam penelitian yang dilakukan.

BAB V Penutup

Bab ini merupakan penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian dan juga saran yang diberikan bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Konsep Bank Syariah

2.1.1 Definisi Perbankan Syariah

Bank berasal dari bahasa perancis yaitu *banque* dan dari bahasa Italia adalah *Banco* yang berarti lemari atau bangku. Kata ini diselaraskan dengan fungsi yang terkandung di dalamnya yaitu sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga seperti emas, berlian, uang dan lain sebagainya. Kalangan ahli ekonomi telah sepakat bahwa pengistilahan bank memang tidak dikenal di dalam khazanah keilmuan Islam. Karena kata “bank” sendiri berasal dari bahasa eropa yang mempunyai fungsi utama yaitu melayani peminjaman dan penyimpanan uang. Sedangkan dalam dunia Islam istilah bank terkenal dengan nama *jihbiz*. Kata *Jihbiz* berasal dari bahasa Persia yang berarti penagih pajak. Istilah *Jihbiz* kemudian dikenal di zaman Mu’awiyah yang ketika itu fungsinya sebagai penagih pajak dan penghitung pajak atas barang dan tanah. Kemudian di zaman Abbasiyah, *Jihbiz* populer sebagai profesi penukaran uang, menerima titipan dana, meminjamkan uang, dan jasa pengiriman uang. Maka di zaman Abbasiyah fungsi utama perbankan dilakukan oleh satu individu dengan lembaga *Jihbiz* (Arifin, 2009).

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, tentang Perbankan dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang Perbankan dengan adanya ketentuan

syariah, pasal 1 ayat 1 dan ayat 13, yang dimaksud dengan perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Selanjutnya pada Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yang dimaksud dengan perbankan syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.

Menurut Sumitro mengatakan bahwa bank Islam berarti bank yang tata cara operasinya didasarkan pada tata cara bermuamalah secara islami, yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadis. Senada dengan pengertian tersebut, Amin Azis juga berpendapat bahwa bank Islam merupakan lembaga perbankan yang menggunakan sistem dan operasi berdasarkan syariah Islam (Sumitro, 2004).

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa definisi bank syariah adalah bank yang menjalankan sesuatu mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha dan kegiatan operasionalnya yang mengacu kepada ketentuan-ketentuan syari'ah yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Al-Hadis tanpa mengandung unsur gharar, maysir, dan riba.

2.1.2 Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Bank syariah merupakan bank yang dalam sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar syariah Islam. Dalam menentukan

imbalannya, baik imbalan yang diberikan maupun diterima, bank syariah tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan konsep imbalan sesuai akad yang diperjanjikan. Terdapat beberapa perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional yakni (Ismail, 2017:34-37):

1. Investasi;
2. *Return*;
3. Perjanjian;
4. Orientasi;
5. Hubungan bank dengan nasabah;
6. Dewan pengawas
7. Penyelesaian sengketa

2.1.2.1 Investasi

Bank syariah dalam menyalurkan dananya kepada pihak pengguna dana, sangat selektif dan hanya boleh menyalurkan dananya dalam investasi halal. Perusahaan yang melakukan kerja sama usaha dengan bank syariah, haruslah perusahaan yang memproduksi barang dan jasa yang halal. Sebaliknya, bank konvensional, tidak mempertimbangkan jenis investasinya, akan tetapi penyaluran dananya dilakukan untuk perusahaan yang menguntungkan, meskipun menurut syariah tergolong produk yang tidak halal.

2.1.2.2 Return

Return yang diberikan bank syariah kepada pihak investor , dihitung dengan menggunakan sistem bagi hasil, sehingga adil bagi

kedua pihak. *Return* yang diberikan dan/atau diterima oleh bank syariah akan selalu berfluktuasi, sangat bergantung pada hasil usaha yang dilaksanakan oleh mitra usaha baik bank maupun nasabah. Sebaliknya, dalam bank konvensional, *return* yang diberikan maupun yang diterima dihitung berdasarkan bunga. Bunga dihitung dengan mengalikan antara persentase bunga dengan pokok pinjaman, sehingga hasilnya akan tetap.

2.1.2.3 Perjanjian

Perjanjian yang dibuat antara bank syariah dan nasabah baik nasabah investor maupun pengguna dana sesuai dengan kesepakatan berdasarkan prinsip syariah. Sebaliknya, perjanjian yang dilaksanakan antara bank konvensional dan nasabah adalah menggunakan dasar hukum positif.

2.1.2.4 Orientasi

Bank syariah memberikan pembiayaan semata-mata tidak hanya berdasarkan keuntungan yang diperoleh atas pembiayaan yang diberikan, akan tetapi juga mempertimbangkan pada kemakmuran masyarakat. Sebaliknya, bank konvensional akan memberikan kredit kepada nasabah bila usaha nasabah menguntungkan.

2.1.2.5 Hubungan Bank dengan Nasabah

Hubungan bank syariah dengan nasabah pengguna dana, merupakan hubungan kemitraan. Sehingga hasil usaha atas kerja sama yang dilakukan oleh nasabah pengguna dana, akan dibagikan dengan bank syariah dengan nisbah yang telah disepakati bersama tertuang di dalam akad.

2.1.2.6 Dewan Pengawas

Dewan pengawas bank syariah meliputi beberapa pihak antara lain: Komisaris, Bank Indonesia, Bapepam (untuk bank syariah yang telah *go public*) dan Dewan Pengawas Syariah. Khusus Dewan Pengawas Syariah, tugasnya ialah mengawasi jalannya operasional bank syariah supaya tidak terjadi penyimpangan atas produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah sesuai dengan produk dan jasa bank syariah yang disahkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) melalui fatwa DSN.

2.1.2.7 Penyelesaian Sengketa

Permasalahan yang muncul di bank syariah akan diselesaikan dengan musyawarah. Namun apabila musyawarah tidak dapat menyelesaikan masalah, maka permasalahan antara bank syariah dan nasabah akan diselesaikan oleh pengadilan dalam lingkungan peradilan agama. Sebaliknya, bank konvensional akan menyelesaikan sengketa melalui negoisasi. Bila negoisasi tidak dapat dilaksanakan, maka penyelesaiannya melalui pengadilan negeri setempat.

2.1.3 Fungsi Bank Syariah

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.

2.1.3.1 Penghimpunan Dana Masyarakat

Bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *al-Wadiah* dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad *al-Mudharabah*. *Al-Wadiah* merupakan akad antara pihak pertama (masyarakat) dengan pihak kedua (bank) di mana pihak pertama menitipkan dananya kepada bank, dan pihak kedua, bank menerima titipan untuk dapat memanfaatkan titipan pihak pertama dalam transaksi yang diperbolehkan islam. *Al-Mudharabah* merupakan akad antara pihak yang memiliki dana kemudian menginvestasikan dananya atau disebut juga dengan *shahibul maal* dengan pihak kedua atau bank yang menerima dana yang disebut dengan *mudharib*, yang mana pihak *mudharib* dapat memanfaatkan dana yang diinvestasikan oleh *shahibul maal* untuk tujuan tertentu yang diperbolehkan dalam syariah Islam. Dengan menyimpan uangnya di bank, nasabah juga mendapatkan keuntungan berupa *return*. *Return* merupakan imbalan yang diperoleh nasabah atas sejumlah dana yang diinvestasikan di bank.

2.1.3.2 Penyaluran Dana Kepada Masyarakat

Bank menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau kerja sama usaha. Dalam akad jual beli, maka *return* yang diperoleh bank atas penyaluran dananya adalah dalam bentuk margin keuntungan. Margin keuntungan merupakan selisih antara harga jual kepada nasabah dan harga beli bank.

Pendapatan yang diperoleh dari aktivitas penyaluran dana kepada nasabah yang menggunakan akad kerja sama usaha adalah bagi hasil.

2.1.3.3 Pelayanan Jasa Bank

Pelayanan jasa bank syariah ini dibedakan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Aktivitas pelayanan jasa, merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa bank. Bank syariah berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya (Ismail, 2017:37).

2.1.4 Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah

Prinsip-prinsip dasar sistem ekonomi Islam akan menjadi dasar beroperasinya bank Syariah, yaitu tidak mengenal konsep bunga uang dan tidak mengenal peminjaman uang, selain kemitraan/kerja sama (*mudharabah* dan *musyarakah*) dengan prinsip bagi hasil. Peminjaman uang hanya dimungkinkan untuk tujuan sosial tanpa imbalan. Adapun prinsip-prinsip operasional bank syariah yakni (Umam, 2013:28-29):

1. Prinsip *mudharabah*
2. Prinsip *musyarakah*
3. Prinsip *wadi'ah*
4. Prinsip jual Beli (*al-Buyu'*)
5. Prinsip kebajikan

2.1.4.1 Prinsip *Mudharabah*

Prinsip *mudharabah*, yaitu perjanjian antara dua pihak, yaitu pihak pertama sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan pihak kedua sebagai pengelola dana (*mudharib*) untuk mengelola suatu kegiatan ekonomi dengan menyepakati nisbah bagi hasil atas keuntungan yang akan diperoleh, sedangkan kerugian yang timbul merupakan risiko pemilik dana sepanjang tidak terdapat bukti bahwa *mudharib* melakukan kecurangan atau tindakan yang tidak amanah (*misconduct*).

Berdasarkan kewenangan yang diberikan kepada *mudharib*, *mudharabah* dibedakan menjadi *mudharabah muthlaqah*, yaitu *mudharib* diberi kewenangan sepenuhnya untuk menentukan pilihan investasi yang dikehendaki, dan *mudharabah muqayyadah*, yaitu arahan investasi ditentukan oleh pemilik dana, sedangkan *mudharib* bertindak sebagai pelaksana/pengelola.

2.1.4.2 Prinsip *Musyarakah*

Prinsip *musyarakah*, yaitu perjanjian antara pihak-pihak untuk menyertakan modal dalam suatu kegiatan ekonomi dengan pembagian keuntungan atau kerugian sesuai nisbah yang disepakati. *Musyarakah* dapat bersifat tetap atau bersifat temporer dengan penurunan secara periodik atau sekaligus pada akhir masa proyek.

2.1.4.3 Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *wadi'ah* adalah titipan, yaitu pihak pertama menitipkan dana atau benda kepada pihak kedua selaku penerima

titipan dengan konsekuensi titipan tersebut sewaktu-waktu dapat diambil kembali, dan penitip dapat dikenakan biaya penitipan.

2.1.4.4 Prinsip Jual Beli (*al-Buyu'*)

Prinsip jual beli (*al-Buyu'*) yang terdiri atas *murabahah*. *Murabahah* yaitu akad jual beli antara dua belah pihak yang di dalamnya, pembeli dan penjual menyepakati harga jual yang terdiri atas harga beli ditambah ongkos pembelian dan keuntungan bagi penjual. *Murbahah* dapat dilakukan secara tunai dan bisa juga secara bayar tangguh atau bayar dengan angsuran.

2.1.4.5 Prinsip Kebajikan

Prinsip Kebajikan yaitu penerimaan dan penyaluran dana kebajikan dalam bentuk zakat, infak, sedekah, dan lainnya serta penyaluran *alqardul hasan*, yaitu penyaluran dan dalam bentuk pinjaman untuk tujuan menolong golongan miskin dengan penggunaan produktif tanpa diminta imbalan, kecuali pengembalian pokok utang.

2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Banda Aceh dalam Pengambilan Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah

2.2.1 Kebutuhan

Pada dasarnya aktivitas ekonomi berasal dari kebutuhan manusia agar tetap survive dalam hidupnya. Adanya kebutuhan untuk mempertahankan hidup memunculkan interaksi antara manusia dan sesamanya. Dalam interaksi ini, kehendak seseorang untuk mengkonsumsi sesuatu bisa muncul yang disebabkan faktor

kebutuhan dan keinginan. Biasanya kebutuhan (need) terkait dengan sesuatu yang harus dipenuhi, didefinisikan sebagai segala keperluan dasar manusia untuk kehidupannya. Sedangkan dalam ekonomi Islam, kebutuhan adalah segala barang dan/atau jasa yang membawa pengaruh pada kemaslahatan (Khan, 2002).

Menurut Imam Al-Ghazali, kebutuhan (hajat) adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Menurut Ali Sakti, dalam bukunya *Analisis Teoritis Ekonomi Islam Jawaban Atas Kekacauan Ekonomi Modern*, sebagaimana yang dikutip oleh Rozalinda, mengatakan bahwa pemenuhan kebutuhan hidup manusia sama dengan teori Maslow yang diawali dari kebutuhan pokok (Nasution, 2006).

Dalam penelitian Naviah (2019) menurut Islam, yaitu senantiasa mengaitkannya dengan tujuan utama manusia diciptakan yaitu ibadah. Untuk memenuhi kebutuhan ini, maka Allah menghiasi manusia dengan hawa nafsu (syahwat), dengan adanya hawa nafsu ini maka muncullah keinginan dalam diri. Menurut al-Syathibi, rumusan kebutuhan manusia dalam Islam terdiri dari tiga macam, yaitu :

1. *Dharuriyat* (primer)

Dharuriyat (primer) adalah kebutuhan paling utama dan paling penting. Kebutuhan ini harus terpenuhi agar manusia dapat hidup layak. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi hidup manusia akan

terancam didunia maupun akhirat. Kebutuhan ini meliputi, *khifdu din* (menjaga agama), *khifdu nafs* (menjaga kehidupan), *khifdu aql* (menjaga akal), *khifdu nasl* (menjaga keturunan), dan *khifdu mal* (menjaga harta).

2. *Hajiyat* (sekunder)

Kebutuhan *hajiyat* adalah kebutuhan sekunder atau kebutuhan setelah kebutuhan *dharuriyat*. Apabila kebutuhan *hajiyat* tidak terpenuhi tidak akan mengancam keselamatan kehidupan umat manusia, namun manusia tersebut akan mengalami kesulitan dalam melakukan suatu kegiatan. Kebutuhan ini merupakan penguat dari kebutuhan *dharuriyat*. Maksudnya untuk memudahkan kehidupan, menghilangkan kesulitan atau menjadikan pemeliharaan yang lebih baik terhadap lima unsur pokok kehidupan manusia. Apabila kebutuhan tersebut tidak terwujud, tidak akan mengancam keselamatannya, namun akan mengalami kesulitan. Pada dasarnya jenjang *hajiyat* ini merupakan pelengkap yang mengokohkan, menguatkan, dan melindungi jenjang *dharuriyat*. Atau lebih spesifiknya lagi bertujuan untuk memudahkan atau menghilangkan kesulitan manusia di dunia.

3. *Tahsiniyat* (tersier)

Kebutuhan *tahsiniyah* adalah kebutuhan yang tidak mengancam kelima hal pokok yaitu *khifdu din* (menjaga agama), *khifdu nafs* (menjaga kehidupan), *khifdu aql* (menjaga akal), *khifdu nasl* (menjaga keturunan), serta *khifdu maal* (menjaga harta) serta tidak menimbulkan kesulitan umat manusia. Kebutuhan ini muncul

setelah kebutuhan *dharuriyah* dan kebutuhan *hajiyyat* terpenuhi, kebutuhan ini merupakan kebutuhan pelengkap.

Secara umum efektifitas fungsi intermediasi perbankan syariah tetap terjaga seiring pertumbuhan dana yang dihimpun maupun pembiayaan yang relatif tinggi dibandingkan perbankan nasional, serta penyediaan akses jaringan yang meningkat dan menjangkau kebutuhan masyarakat secara lebih luas sehingga hal tersebut dapat membuat kinerja keuangan perbankan syariah lebih baik (Fahmi, 2014:32).

2.2.2 Lokasi

Lokasi merupakan tempat di mana diperjualbelikannya produk perbankan 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 ATM. Sementara itu di pemasaran bank, lokasi yang dimaksud adalah jejaring (*net-working*) dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah (Kasmir, 2015:145).

Lokasi bank merupakan tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Dalam bisnis jasa bank, penentuan lokasi bank merupakan salah satu faktor yang penting. Dalam persaingan yang ketat, penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan pembiayaan

kembali kepada masyarakat. Dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan dapat diraih (Arif, 2010:145-146).

Ada beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penentuan lokasi bank adalah sebagai berikut:

- a. Penentuan lokasi bank yang tepat untuk kantor pusat, kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas atau lokasi mesin-mesin ATM sangat memudahkan nasabah berhubungan atau melakukan transaksi dengan bank.
- b. Dapat menentukan dan membeli atau menggunakan teknologi yang paling tepat dalam memberikan kecepatan dan keakuratan dalam melayani nasabah.
- c. Bank dapat menentukan layout yang sesuai dengan standar keamanan, keindahan, dan kenyamanan bagi nsabahnya.
- d. Bank dapat menentukan metode antrian yang paling optimal, terutama pada hari atau jam-jam sibuk, baik di depan teller atau kasir.
- e. Bank dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang (Tjiptono, 2016:343).

Menurut (Tjiptono, 2016:345) pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi menurut Tjiptono adalah:

1. Akses, adalah kemudahan bagi konsumen untuk datang atau masuk dan keluar dari lokasi tersebut. Analisis ini mempunyai dua tahap, yaitu:

- a. Analisis makro

Analisis makro mempertimbangkan area perdagangan primer, seperti area dua hingga tiga mil disekitar lokasi tersebut.

- b. Analisis mikro

Analisis mikro berkonsentrasi pada masalah-masalah menyangkut lokasi, seperti visibilitas, arus lalu lintas, parkir, keramaian, dan jalan masuk atau jalan keluar.

2. Visibilitas, visibilitas yang baik yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat jelas dari tepi jalan.
3. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

2.2.3 Informasi

Kadir (2002:31) dalam penelitian Sifachurromah (2017) mendefinisikan bahwa informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut. Menurut Bodnar (2000:1) informasi merupakan alat yang diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk mengambil keputusan yang tepat. Menurut Lupiyoadi

(2006:221) informasi merupakan salah satu faktor penting yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan nasabah sebelum melakukan keputusan memilih produk pembiayaan yang tepat di lembaga keuangan syariah.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa informasi adalah sekumpulan fakta yang telah diolah yang digunakan oleh penggunaanya sebelum memilih produk pembiayaan yang tepat di lembaga keuangan syariah. Menurut Sutabri (2012:22), informasi disebut apabila berkualitas dengan sistem informasi tersebut akurat (*accurate*), tepat waktu (*timelines*), dan relevan (*relevance*). Dari rincian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Akurat (*accurate*)

Akurat artinya informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bisa atau menyesatkan. Akurat juga berarti informasi yang diberikan harus jelas mencerminkan maksud dari informasi tersebut.

2. Tepat waktu (*timelines*)

Tepat waktu berarti informasi yang diberikan pada penerima tidak boleh terlambat untuk memberikannya, karena akan menghambat terlaksananya promosi dari mulut ke mulut untuk para konsumen.

3. Relevan (*relevance*)

Relevan berarti informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya. Bagi konsumen informasi ini sangat dibutuhkan

karena untuk lebih cepat mengetahui informasi yang ingin didapatkannya.

2.2.4 Kualitas Pelayanan

Menurut Sangadji (2013) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang melibatkan tindakan melalui proses dan kinerja yang ditawarkan suatu pihak berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Menurut Gronroos dikutip dari buku Fandy Tjiptono (2016:28), pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu jasa yang dipersepsikan pelanggan terdiri atas dua dimensi utama, dimensi pertama, *technical quality (outcome dimension)* berkaitan dengan kualitas output atau hasil jasa yang diharapkan pelanggan. Dimensi kedua, *functional quality (process-related dimension)* berkaitan dengan serangkaian kualitas, proses, cara penyampaian kualitas output atau hasil akhir jasa atau transfer secara teknis, dari penyedia jasa kepada pelanggan.

Dari pengertian beberapa ahli di atas dapat dipahami bahwa apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai seperti yang telah diharapkan, kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika dikaitkan dengan perbankan, tentunya hal ini sangat mempengaruhi semakin banyaknya nasabah yang akan tertarik

dalam pengambilan produk pembiayaan di perbankan syariah. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan belum mampu memenuhi harapan konsumen.

Menurut Tjiptono (2016:204) etika pelayanan untuk berbagai cara atau kegiatan perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Ketentuan ini dibuat agar semua komponen yang berhubungan dengan pelayanan dapat menunjang satu sama lain. Pelayanan dan etika pemasaran produk jasa bank harus dilakukan dengan baik dan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi masyarakat calon nasabah bank yang bersangkutan. Apabila pelayanan dan etika bank dilakukan dengan baik dan benar maka pemasaran produknya diharapkan akan berhasil baik pula.

Menurut Jasfar (2009:51) Lima dimensi pokok kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai jadwal yang telah dijanjikan, tanpa melakukan kesalahan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu respon atau keinginan para karyawan dalam membantu konsumen memberikan pelayanan jasa yang dibutuhkan.

3. Jaminan (*assurance*), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramahan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya resiko.
4. Empati, yaitu perhatian secara individual yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen untuk memahami kebutuhan dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi dan hubungan.
5. Produk-produk fisik (*tangible*), tersedianya penampilan fasilitas fisik seperti perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

2.3 Pengambilan Produk Pembiayaan Perbankan syariah

2.3.1 Keputusan Pembiayaan Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga dan orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan. Menurut Kotler & Armstrong (2012: 226) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Menurut Kotler & Armstrong (2012: 231) adapun faktor – faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembiayaan konsumen tersebut antara lain :

1. Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan merupakan hal yang kompleks, yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang paling berlaku pada masyarakat. Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling meluas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Kita akan melihat peranan yang dimainkan oleh kebudayaan, sub kebudayaan dan kelas sosial pembeli.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang di tempat orang tersebut berinteraksi. Posisi orang dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam istilah peran atau status dalam banyak kelompok seperti keluarga, klub, dan organisasi.

3. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep pribadi pembeli.

4. Faktor Psikologis

Pilihan membeli seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan pendirian.

2.3.2 Produk Pembiayaan Bank Syariah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pembiayaan merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan biaya. Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit (Antonio, 2001:160). Pembiayaan merupakan penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (Kasmir, 2015:113).

Pembiayaan dalam bisnis syariah sangat terkait erat dengan perbankan syariah. Muhammad (2005:94) menyatakan bahwa pembiayaan atau *financing* merupakan pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri atau lembaga (Buchari Alma, 2014:271). Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah (Ismail, 2014:83).

Pembiayaan dalam perbankan syariah dikenal dengan istilah aktiva produktif, menurut ketentuan Bank Indonesia merupakan penanaman dana bank syariah dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, *qardh*, surat berharga syariah, penempatan, penyertaan modal, penyertaan modal sementara,

komitmen dan kontinjensi pada rekening administrasi serta sertifikat wadiah Bank Indonesia (Muhammad, 2015:17).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas pembiayaan dalam konteks syariah merupakan penanaman dana bank syariah dalam rupiah maupun valuta asing dalam kegiatan pendanaan kepada suatu pihak untuk mendukung kegiatan pembiayaan, piutang, *qardh*, surat berharga syariah, penempatan, penyertaan modal, penyertaan modal sementara, komitmen dan kontinjensi pada rekening administrasi serta sertifikat wadiah Bank Indonesia berdasarkan prinsip syariah pada jenis dengan imbalan bagi hasil sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

Tujuan Pembiayaan menurut Rivai (2010:681) sebagai berikut:

Secara umum, tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok besar, yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro.

Secara makro, pembiayaan bertujuan untuk:

1. Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan
2. adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi. Dengan demikian, dapat meningkatkan taraf ekonominya
3. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melakukan aktivitas pembiayaan.

4. Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat usaha agar mampu meningkatkan daya produksinya.
5. Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
6. Terjadi distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

Adapun secara mikro, pembiayaan diberikan dalam rangka untuk:

1. Upaya mengoptimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha.
2. Upaya meminimalkan resiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan resiko yang mungkin timbul.
3. Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada, dan sumber daya modal tidak ada.
4. Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ini pihak yang memiliki kelebihan sementara ada pihak yang kekurangan sehingga dapat menjadi

jembatan dalam menyeimbang dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (*surplus*) kepada pihak yang kekurangan (*minus*) dana.

Menurut Muhammad (2014:304) beberapa fungsi dari pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat penerima, diantaranya:

1. Meningkatkan Daya Guna Uang
2. Meningkatkan Daya Guna Barang
3. Meningkatkan Peredaran Uang
4. Menimbulkan Kegairahan Berusaha
5. Stabilitas Ekonomi
6. Sebagai Jembatan untuk Meningkatkan Pendapatan Nasional

Pembiayaan dalam perbankan syariah menurut Al-Harran dapat dibagi tiga (Ascarya, 2011:122).

1. *Return Bearing earning*, yaitu bentuk pembiayaan yang secara komersial menguntungkan.
2. *Return Free Financing*, yaitu pembiayaan yang tidak untuk mencari keuntungan yang lebih ditujukan kepada orang yang membutuhkan (*poor*), sehingga tidak ada keuntungan yang dapat diberikan.
3. *Charity financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang memang diberikan kepada orang miskin dan membutuhkan, sehingga tidak ada klaim terhadap pokok keuntungan.

Produk-produk pembiayaan bank syariah, khususnya pada bentuk pertama, ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi bersama (*investment financing*) yang dilakukan bersama mitra usaha (kreditur) menggunakan pola bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*) dan dalam bentuk investasi sendiri (*trade financing*) kepada yang membutuhkan pembiayaan menggunakan pola jual beli (*murabahah, salam, istishna*) dan pola sewa (*ijarah* dan *ijarah muntahiya bittamlik*).

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi menjadi acuan dasar yang berisikan teori-teori atau temuan-temuan terdahulu yang mendukung penelitian. Temuan terdahulu dapat dijadikan sebagai teori pendukung dan sebagai pembanding dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, temuan atau penelitian terdahulu menjadi sebuah referensi pendukung penelitian yang relevan dengan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini temuan terdahulu baik dalam bentuk skripsi tesis jurnal, maupun artikel terkait yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan masyarakat dalam membayar zakat dibutuhkan untuk menjadi acuan dan teori-teori yang mendukung penelitian.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Penelitian Adawiyah (2010) mengenai pertimbangan, pengetahuan, dan sikap konsumen individu terhadap bank syariah Penelitian ini bertujuan menganalisis kriteria seleksi yang dipertimbangkan konsumen individu dalam memilih bank Syariah dengan metode analisis deskriptif statistik dan analisis faktor, dengan hasil Hasil analisis menyimpulkan bahwa ada tujuh faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank Syariah antara lain: persepsi, proses, kondisi fisik, harga, sumber daya manusia, sosial dan faktor lokasi. Persepsi konsumen merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih bank Syariah.

Penelitian Nur et al. (2014) mengenai *factors influencing the adoption of islamic home financing in malaysia*. Beberapa analisis dilakukan yang meliputi analisis Chi-square, uji normalitas, dan diikuti oleh faktor analisis yang merupakan teknik reduksi data yang mengurangi sejumlah besar variabel. Hasilnya menegaskan bahwa adopsi pembiayaan rumah syariah ditentukan oleh religiusitas komunitas Muslim dikombinasikan dengan merek atau reputasi keuangan lembaga atau bank, harga atau biaya dari pembiayaan dan tingkat pengetahuan kesadaran di kalangan umat Islam yang tinggi.

Penelitian Mohamad et al. (2015) mengenai *selection factors of customer towards islamic and conventional home financing: a case study in johor, malaysia*. Tujuan penelitian ini

adalah untuk mengetahui kriteria pilihan untuk pembiayaan rumah di antara Malayan pelanggan perbankan berhad yang merupakan bank terbesar di Malaysia dengan metode analisis linier berganda dengan hasil Secara keseluruhan, temuan itu mengungkapkan bahwa pelanggan pembiayaan rumah Islam dan konvensional yang ditawarkan oleh Malayan Banking Berhad di Johor umumnya memiliki pandangan positif terhadap faktor-faktor seleksi. Salah satu refleksi paling penting dari sikap positif mereka adalah saran dari pihak ketiga. faktor ini menyiratkan pada kedua kriteria pemilihan pembiayaan rumah Islam dan konvensional yang berarti banyak pelanggan pembiayaan rumah dipengaruhi oleh saran orang lain.

Penelitian Yulianti (2015) mengenai pengaruh minat masyarakat Aceh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah di kota Banda Aceh dengan menggunakan metode analisis regresi linier untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dari variabel-variabel tersebut. Yang bertujuan menganalisis pengaruh motif agama dan kualitas layanan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif agama dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan memilih produk bank Islam.

Penelitian Zainuddin et al. (2016) mengenai analisis faktor dalam pengambilan keputusan nasabah memilih produk pembiayaan perbankan syariah studi kasus pada PT Bank Syariah

Mandiri Cabang Ciputat dengan menggunakan metode analisis faktor yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan dan faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bank Syariah Cabang Ciputat terdiri dari lima faktor yang terbentuk dan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bank Syariah Cabang Ciputat adalah faktor *process*.

Penelitian Mirawati (2018) mengenai Analisis Perilaku Nasabah terhadap Pembiayaan Murabahah dengan menggunakan analisis faktor yang bertujuan menganalisis faktor-faktor mana saja yang paling berpengaruh pada perilaku masyarakat terhadap pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Indonesia cabang Pekanbaru, dengan hasil faktor dominan yang mempengaruhi yaitu moral, aksestabilitas, dan kualitas pelayanan.

Penelitian Amri (2018) mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bank OCBC NISP Medan Dalam Pemilihan KPR Konvensional Dan Syariah Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis OLS (*Ordinary Least Square*) dalam program Eviews 8.0 yang bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh produk,

harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan nasabah Bank OCBC NISP Medan dalam pemilihan KPR Konvensional dan Syariah. hasil penelitian dan hasil analisis data disimpulkan bahwa variabel produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, dengan pengaruh sebesar 23% pada produk KPR konvensional dan 28,4% KPR pada produk syariah.

Penelitian Lemiyana (2018) mengenai Pengaruh Produk terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah di Kota Palembang) dengan menggunakan Metode analisis data menggunakan *Metode Structural Equation Modelling* (SEM) yang bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah di Perbankan Syariah Kota Palembang. hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Nasabah Perbankan Syariah.

Penelitian Khairul et al. (2018) mengenai preferensi nasabah memilih produk pembiayaan Bank Aceh Syariah di kota Banda Aceh. bertujuan untuk menganalisis preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bank Aceh Syariah di kota Banda Aceh. Dengan menggunakan analisis menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensi Uji *Mann-Whitney*, hasilnya Penelitian menemukan bahwa lingkungan menjadi preferensi paling dominan bagi nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bank Aceh Syariah. Berikutnya, kesesuaian dengan keyakinan dan lokasi bank di urutan kedua, manfaat ekonomi berada urutan

terakhir. Hasil uji Man-Whitney mengindikasikan perbedaan jenis kelamin, umur, status perkawinan dan tingkat pendidikan tidak menyebabkan adanya perbedaan preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bank Aceh Syariah.

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan tersebut telah memberi gambaran mengenai faktor-faktor apa saja yang mendorong nasabah melakukan pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah. Perbedaan beberapa penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan ini terletak pada penggunaan variabel yang akan digunakan yaitu kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Selain itu penelitian yang akan penulis lakukan ini menganalisis variabel-variabel tersebut secara parsial dan simultan. Untuk lebih jelas, beberapa penelitian terdahulu yang juga mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah dapat dilihat pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/ Tahun	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Adawiyah (2010)	Menggunakan analisis deskriptif statistik dan analisis faktor	Tujuh faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank Syariah yaitu persepsi, proses, kondisi fisik, harga, sumber daya manusia, sosial dan lokasi. Persepsi konsumen paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih bank Syariah	Penelitian ini sama-sama meneliti faktor dalam pengambilan keputusan pembiayaan perbankan syariah nasabah memilih produk pembiayaan	Penelitian ini faktor yang digunakan adalah pertimbangan, pengetahuan, dan sikap konsumen sedangkan penelitian ini menggunakan faktor kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan
2	Nur et al. (2014)	Menggunakan metode analisis Chi-square, uji normalitas, dan diikuti oleh faktor analisis yang merupakan teknik reduksi data yang mengurangi sejumlah besar variabel	Hasilnya menegaskan bahwa adopsi pembiayaan rumah syariah ditentukan oleh religiusitas komunitas Muslim dikombinasikan dengan merek atau reputasi keuangan lembaga atau bank	Penelitian ini sama-sama meneliti faktor dalam pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan	Penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang berfokus pada produk pembiayaan KPR sedangkan penelitian ini berfokus pada produk pembiayaan komersial secara keseluruhan

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Peneliti/ Tahun	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
3	Mohamad et al. (2015)	Menggunakan analisis linier berganda dengan hasil Secara keseluruhan	Temuan ini mengungkap bahwa pelanggan pembiayaan rumah Islam dan konvensional yang ditawarkan oleh Malayan Banking Berhad di Johor umumnya memiliki pandangan positif	Penelitian ini sama-sama meneliti faktor dalam pengambilan keputusan pembiayaan perbankan syariah	Fokus penelitian ini terletak pada produk pembiayaan KPR sedangkan penelitian ini berfokus pada produk pembiayaan komersial secara keseluruhan
4	Yulianti (2015)	Menggunakan metode analisis regresi linier	Penelitian ini menunjukkan bahwa motif agama dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan memilih produk bank Islam	Penelitian ini sama-sama meneliti tentang minat masyarakat kota Banda Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah	Penelitian ini menggunakan motif agama dan kualitas layanan Sedangkan penelitian ini menggunakan faktor tambahan berupa kebutuhan, lokasi, dan informasi

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Peneliti/ Tahun	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
5	Zainuddin et al. (2016)	Menggunakan metode analisis faktor yang bertujuan menganalisis faktor-faktor tersebut.	Penelitian ini menunjukkan variabel bauran pemasaran memperoleh data yang paling tinggi	Penelitian ini sama-sama meneliti faktor dalam pengambilan keputusan nasabah memilih produk pembiayaan perbankan syariah	Penelitian ini menggunakan perilaku konsumen, ekuitas merek, dan bauran pemasaran jasa. peneliti menggunakan faktor kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan
6	Mirawati (2018)	Menggunakan metode analisis faktor yang bertujuan menganalisis faktor-faktor tersebut.	Hasil faktor dominan yang mempengaruhi yaitu moral, aksestabilitas, dan kualitas pelayanan.	Penelitian ini sama-sama meneliti pengaruh persepsi nasabah terhadap pengambilan pembiayaan	Penelitian ini menggunakan variabel moral, aksestabilitas, dan kualitas pelayanan Sedangkan penelitian ini menggunakan faktor tambahan berupa kebutuhan, lokasi, dan informasi

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Peneliti/ Tahun	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
7	Amri (2018)	metode kuantitatif dengan analisis OLS (Ordinary Least Square) dalam program Eviews 8.0	Hasil penelitian dan hasil analisis data disimpulkan bahwa variabel produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, dengan pengaruh sebesar 23% pada produk KPR konvensional dan 28,4% KPR pada produk syariah.	Penelitian ini sama-sama meneliti pengaruh persepsi nasabah terhadap pengambilan produk pembiayaan	Variabel yang digunakan hanya produk, harga, promosi dan lokasi penelitian ini menggunakan variabel kebutuhan, informasi, dan kualitas pelayanan.
8	Lemiyana (2018)	<i>Metode Structural Equation Modelling (SEM)</i>	Hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Nasabah Perbankan Syariah.	Penelitian ini sama-sama meneliti pengaruh persepsi nasabah terhadap pengambilan produk pembiayaan	Variabel yang digunakan hanya produk dan penelitian ini menggunakan variabel kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan.
9	Khairul et al. (2018)	Menggunakan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensi Uji Mann-	Menemukan bahwa lingkungan menjadi preferensi paling dominan bagi	Penelitian ini adalah sama-sama meneliti pengaruh persepsi nasabah	Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan statistik

No	Peneliti/ Tahun	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Whitney	nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bank Aceh Syariah.	terhadap pengambilan pembiayaan	inferensi Uji Mann-Whitney Sedangkan peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda

Sumber: Data Diolah (2019)

2.5 Pengaruh Antar Variabel

Tujuan inti dari penelitian ilmiah merupakan mencari pengaruh antar variabel. sedangkan data yang diperoleh dari lapangan merupakan unsur-unsur yang mencantumkan keterkaitan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Berikut ini beberapa gambaran pengaruh antar variabel berdasarkan penelitian yang relevan dengan penelitian ini:

2.5.1 Pengaruh Kebutuhan terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan

Menurut Imam Al-Ghazali, kebutuhan (hajat) adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Secara umum efektivitas fungsi intermediasi perbankan syariah tetap terjaga seiring pertumbuhan dana yang dihimpun maupun pembiayaan yang relatif tinggi dibandingkan perbankan nasional, serta penyediaan akses jaringan yang meningkat dan menjangkau kebutuhan masyarakat secara

lebih luas sehingga hal tersebut dapat membuat kinerja keuangan perbankan syariah lebih baik (Fahmi, 2014:32).

Hubungan kebutuhan nasabah mencerminkan semua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dan semua kesimpulan dibuat nasabah tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Kebutuhan terhadap objek, atribut, dan manfaat menunjukkan persepsi nasabah terhadap suatu barang dan jasa atau dalam hal ini produk pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah. Oleh karena itu, umumnya kebutuhan seorang nasabah pastilah berbeda dengan nasabah lainnya terhadap suatu produk pembiayaan, dimana kebutuhan yang timbul semakin tinggi, maka akan berimplikasi pada tingginya tingkat pengambilan produk pembiayaan.

Penemuan ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fasilatul (2015) kebutuhan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah di KJKS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun Gresik, artinya ketika nasabah dalam memenuhi kebutuhan hidupnya apakah itu kebutuhan konsumtif maupun produktif maka akan mempengaruhi terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah. Hal ini sejalan dengan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut:

H1 : kebutuhan berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

2.5.2 Pengaruh Lokasi terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan

Lokasi Bank merupakan tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Dalam bisnis jasa bank, penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan dapat diraih (Arif, 2010:145-146).

Hubungan lokasi perbankan syariah akan mencerminkan semua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah berupa gambaran mengenai letak, posisi strategis, dan fasilitas yang disediakan pihak perbankan syariah dalam memudahkan nasabah untuk mengakses perbankan syariah. Lokasi mengenai letak, posisi strategis, dan fasilitas yang disediakan akan menunjukkan persepsi nasabah terhadap suatu produk yang ditawarkan pihak perbankan syariah termasuk produk pembiayaan. Oleh karena itu, umumnya lokasi perbankan syariah pastilah berbeda dengan lokasi perbankan syariah lainnya sehingga pengambilan suatu produk pembiayaan, dimana lokasi strategis akan berimplikasi pada tingginya tingkat pengambilan produk pembiayaan.

Dalam penelitian Suciati (2016) dimana variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim melakukan pembiayaan di bank syariah. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diperoleh nilai t hitung yaitu sebesar 0.084. Jadi nilai t hitung $<$ t tabel ($0.084 < 1.984$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi tidak berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah. Hal ini tidak sejalan dengan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut:

H2: lokasi berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

2.5.3 Pengaruh Informasi terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan

Menurut Bodnar (2000:1) informasi merupakan alat yang diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk mengambil keputusan yang tepat. Menurut Lupiyoadi (2006:221) informasi merupakan salah satu faktor penting yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan nasabah sebelum melakukan keputusan memilih produk pembiayaan yang tepat di lembaga keuangan syariah.

Hubungan informasi perbankan syariah akan mencerminkan semua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah berupa gambaran mengenai produk, akad yang digunakan, dan mekanisme yang digunakan pihak perbankan syariah dalam memudahkan nasabah untuk pengambilan produk pembiayaan. Informasi mengenai gambaran mengenai produk, akad yang digunakan, dan mekanisme yang digunakan akan menunjukkan persepsi nasabah terhadap

suatu produk yang ditawarkan pihak perbankan syariah termasuk produk pembiayaan. Oleh karena itu, umumnya informasi perbankan syariah pastilah berbeda dengan informasi perbankan syariah lainnya sehingga pengambilan suatu produk pembiayaan, dimana informasi yang akurat akan berimplikasi pada tingginya tingkat pengambilan produk pembiayaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sifachurromah (2017) dengan judul “Pengaruh Kebutuhan Anggota, Promosi dan Informasi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan Bai’ Bitsaman Ajil (BBA) di BMT Pahlawan Tulungagung”. Hasil analisis dengan perhitungan SPSS dapat disimpulkan pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel informasi, informasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan bai’ bitsaman ajil. Hal ini sejalan dengan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut:

H3: informasi berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh

2.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan

Menurut Tjiptono (2016:204) Etika pelayanan untuk berbagai cara atau kegiatan perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Ketentuan ini dibuat agar semua komponen yang berhubungan dengan pelayanan dapat menunjang satu sama lain. Pelayanan dan etika pemasaran produk jasa bank harus dilakukan dengan baik dan

benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi masyarakat calon nasabah bank yang bersangkutan. Apabila pelayanan dan etika bank dilakukan dengan baik dan benar maka pemasaran produknya diharapkan akan berhasil baik pula.

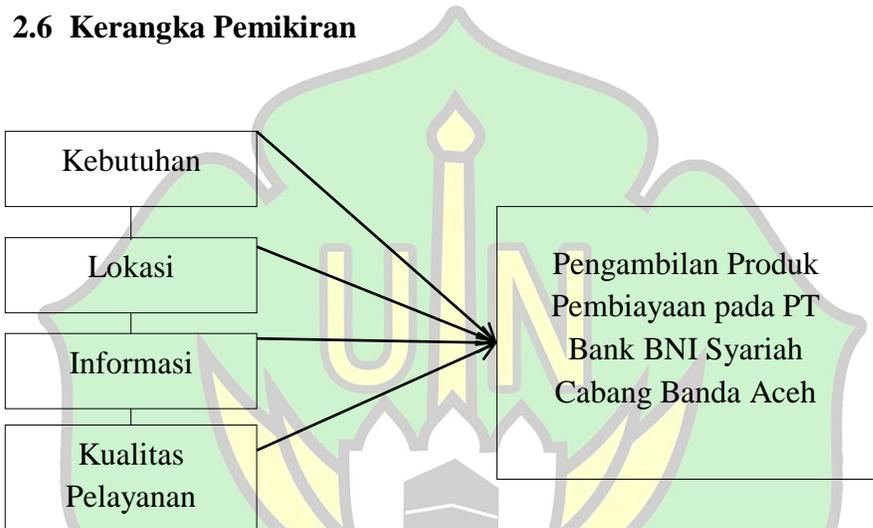
Hubungan kualitas pelayanan perbankan syariah akan mencerminkan semua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah berupa gambaran mengenai etika, cara berpakaian, dan intelektual yang dimiliki penyedia layanan pihak perbankan syariah dalam memudahkan nasabah untuk pengambilan produk pembiayaan. Kualitas pelayanan mengenai gambaran etika, cara berpakaian, dan intelektual yang dimiliki penyedia layanan akan menunjukkan persepsi nasabah terhadap suatu produk yang ditawarkan pihak perbankan syariah termasuk produk pembiayaan. Oleh karena itu, umumnya kualitas pelayanan perbankan syariah pastilah berbeda dengan kualitas pelayanan perbankan syariah lainnya sehingga pengambilan suatu produk pembiayaan, dimana kualitas pelayanan yang baik akan berimplikasi pada tingginya tingkat pengambilan produk pembiayaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nisa (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Religiositas Nasabah Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Pembiayaan Mudharabah Di BMT Nurul Jannah PT. Petrokimia Gresik”. Untuk pengaruh secara parsial, variabel kualitas pelayanan dan religiositas berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan untuk melakukan pembiayaan

mudharabah. Hal ini sejalan dengan hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut:

H4: kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

2.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Bank syariah sebagai lembaga intermediasi antara pihak yang mengalami kekurangan dana (*defisit unit*) kepada pihak yang mengalami kelebihan dana (*surplus unit*). Bank syariah bertugas menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan (*saving*) dan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan (*financing*). Temuan di lapangan menunjukkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh diantaranya kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah.

Temuan tersebut akan mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan komersial di PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Pembiayaan komersial diantaranya OTO iB Hasanah, Griya iB Hasanah, Emas iB Hasanah, Fleksi Umroh iB Hasanah, Multi Guna iB Hasanah, CCF iB Hasanah, Pembiayaan Forum Pensiunan Pegawai (FPP), Pembiayaan UIN, Pembiayaan SDIT. Selanjutnya, menghasilkan persentase dari tiap faktor-faktor tersebut yang bertujuan dalam pengambilan keputusan terutama penyaluran pembiayaan kepada masyarakat kota Banda Aceh.

2.7 Hipotesis Penelitian

Dari permasalahan dan teori yang ada maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Kebutuhan, lokasi, informasi, kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
- H2 : Kebutuhan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
- H3 : Lokasi berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

- H4 : Informasi berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
- H5 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Pemilihan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh sebagai lokasi penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dikarenakan berdasarkan hasil survei awal, terlihat bahwa mayoritas nasabah memilih produk pembiayaan di PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh memiliki persepsi bahwa mekanisme pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh secara murni menerapkan prinsip-prinsip syariah. Kemudian dalam temuan awal penelitian berdasarkan hasil wawancara dengan *Account Officer* Pembiayaan bahwa adanya temuan tentang faktor yang mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan seperti kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan. Berdasarkan fenomena pada data awal penelitian terdapat beberapa produk pembiayaan komersial dengan frekuensi tertinggi dan produk lainnya belum mempengaruhi nasabah secara signifikan dalam melakukan pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian yaitu suatu penyelidikan yang hati-hati dan teratur dan terus-menerus untuk memecahkan suatu masalah (Nazir, 2014:15). Penelitian ini tergolong pada kategori penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014:2). Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian lapangan (*field research*) yakni untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh di lapangan kemungkinan besar memerlukan bantuan dari program *software spreadsheet* seperti *microsoft excel*, dan juga program statistik SPSS Versi 23.

3.3 Tahapan Penelitian

Adapun tahapan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Penelitian dimulai dari survei pendahuluan yaitu dengan menyebar 77 kuesioner kepada masyarakat kota

- Banda Aceh yang mengetahui pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah;
2. Mengumpulkan data dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden;
 3. Melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan bantuan program statistik SPSS versi 23;
 4. Melakukan uji dan pengolahan data dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program statistik SPSS versi 23;
 5. Penulisan laporan hasil penelitian dimulai dari latar belakang masalah, permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, landasan teori, metode analisis, tahapan pengumpulan data, hasil dan pembahasan, kesimpulan, dan saran dari penelitian ini.

3.4 Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui data dari hasil angket yang dibagikan kepada masyarakat kota Banda Aceh yang melakukan pengambilan produk pembiayaan komersial pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:115). Sedangkan menurut Nazir suatu populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan (Nazir, 2014:271). Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat kota Banda Aceh yang melakukan pengambilan produk pembiayaan komersial di PT Bank BNI Syariah yakni sebanyak 343 orang. Populasi nasabah produk pembiayaan komersial PT Bank BNI Syariah dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Populasi Nasabah Produk Pembiayaan Pada PT Bank BNI
Syariah Cabang Banda Aceh

No	Produk Pembiayaan	Total Nasabah	Nasabah Pembiayaan Aktif	Nasabah Pembiayaan Pasif
1	OTO iB Hasanah	9	9	-
2	Griya iB Hasanah	155	152	3
3	Emas iB Hasanah	4	4	-
4	Fleksi Umroh iB Hasanah	142	136	6
5	Multi Guna iB Hasanah	29	27	2
6	CCF iB Hasanah	4	4	-
7	Forum Pensiunan Pegawai (FPP)	11	9	2
8	Pembiayaan UIN	1	1	-
9	Pembiayaan SDIT	1	1	-
Total		343	343	13

Sumber: PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh (2018).

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Di mana, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2014:81). Sedangkan menurut Nazir sebuah sampel yaitu bagian dari populasi (Nazir, 2014:271).

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *probability sampling* dengan jenis *random sampling*. Menurut Sugiyono (2014:118) *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Jenis *probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2014:118) bahwa dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak sederhana tanpa memperhentikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.

Pada penelitian ini dilakukan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *random sampling*, hal ini dilakukan karena anggota populasi yaitu masyarakat kota Banda Aceh yang melakukan pengambilan produk pembiayaan komersial PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh memiliki peluang yang sama

untuk dijadikan sampel. Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diteliti dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut Sugiyono (2014:118):

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

$$\left(n = \frac{343}{1+343(0,1)^2} \right) = 77,42 \text{ dibulatkan menjadi } 77 \text{ responden}$$

keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Presentase ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel dalam penelitian diambil 10%

Presentase ketidaktelitian yang diambil sebesar 10% merupakan pertimbangan tingkat kesulitan memperoleh data oleh peneliti saat melakukan penelitian dikarenakan responden yang dituju merupakan masyarakat kota Banda Aceh yang melakukan pengambilan produk pembiayaan komersial pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Hal ini dikarenakan responden yang dijadikan objek penelitian belum diketahui dan tersebar di seluruh kota Banda Aceh. Di sisi lain, PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh hanya mempunyai sebuah kantor operasional dan satu unit pembantu di rumah sakit Zainal Abidin dengan area yang sangat terbatas. Atas dasar inilah peneliti menggunakan presentase ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dari sumbernya dapat dilakukan secara langsung dengan berbagai cara. Dalam penelitian ini data primer dikumpulkan dengan menggunakan cara kuisisioner/angket. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui internet (Sugiyono, 2014:193).

Dalam hal ini, kuisisioner yang digunakan dalam menghimpun data primer lebih dahulu diuji kesesuaian dengan kecepatan dan kecermatan pertanyaan atau pernyataan. Tujuannya adalah agar mampu dipahami oleh responden guna mendapatkan data yang sesuai dengan yang diharapkan. Setelah melalui proses kesesuaian pada pertanyaan atau pernyataan, proses selanjutnya adalah melakukan uji coba kuisisioner kepada 77 masyarakat Banda Aceh yang menjadi responden dalam penelitian ini. Sebanyak 77 masyarakat Banda Aceh sebagai responden merupakan jumlah masyarakat Banda Aceh yang melakukan pengambilan produk pembiayaan komersial di PT Bank BNI Syariah Cabang Banda

Aceh. Hasil dari uji coba kuisioner tersebut kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan *software*.

3.7 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.7.1 Definisi Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:61). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas atau variabel independen (X) dan variabel terikat atau dependen (Y).

Variabel bebas atau variabel independen. Menurut Sugiyono (2014:61) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen (bebas) yaitu : kebutuhan, lokasi, informasi dan kualitas layanan.

- a. Kebutuhan (X1), merupakan keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya (Naviah, 2019).
- b. Lokasi (X2), merupakan tempat di mana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan (Tjiptono, 2016:345).

- c. Informasi (X3), merupakan salah satu faktor penting yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan nasabah sebelum melakukan keputusan memilih produk pembiayaan yang tepat di lembaga keuangan syariah Sutabri (2012:22).
- d. Kualitas pelayanan (X4), Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang melibatkan tindakan melalui proses dan kinerja yang ditawarkan suatu pihak berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Jasfar, 2009:51)

Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014:61). Dan untuk variabel dependen (terikat) penelitian ini yaitu pengambilan produk pembiayaan di PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh (Y).

3.7.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Di samping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Matriks Operasionalisasi Penelitian

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Referensi
1	Kebutuhan (X1)	Keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan <i>Dharuriyat</i> (primer) 2. Kebutuhan <i>Hajiyat</i> (sekunder) 3. Kebutuhan <i>Tahsiniyat</i> (tersier) 	Likert	Naviah (2019)
2	Lokasi (X2)	Lokasi merupakan tempat di mana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan (Kasmir, 2010:145).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Kenyamanan 4. Lingkungan 	Likert	Tjiptono (2016)
3	Informasi (X3) (Sutabri, 2012)	Informasi merupakan sekumpulan fakta yang telah diolah yang digunakan oleh penggunanya sebelum memilih produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akurat (<i>accurate</i>) 2. Tepat waktu (<i>timelines</i>) 3. Relevan (<i>relevance</i>) 	Likert	Sutabri (2012)

Tabel 3.1 - Lanjutan

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Referensi
		pembiayaan di lembaga keuangan syariah (Lupiyoadi, 2006:221).			
4	Kualitas Pelayanan (X4)	Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang melibatkan tindakan melalui proses kinerja yang ditawarkan suatu pihak berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Pralestiana, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kehandalan (<i>reliability</i>) 2. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>assurance</i>) 4. Empati 5. Produk-produk fisik (<i>tangible</i>) 	Likert	Jasfar (2009)
5	Keputusan Pembiayaan Konsumen (Y)	Keputusan pembiayaan adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembiayaan dimana konsumen benar-benar membeli.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor Kebudayaan 2. Faktor Sosial 3. Faktor Pribadi 4. Faktor Psikologis 	Likert	Kotler & Armstrong (2012)

Sumber: Dari Berbagai Referensi (2019)

3.8 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur nilai variabel adalah dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2014:136).

Selanjutnya, Sugiyono (2014:132) menjelaskan bahwa jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3.3
Item Instrumen Yang Menggunakan Skala *Likert*

a. Sangat Setuju	a. Sangat Baik
b. Setuju	b. Baik
c. Netral	c. Netral
d. Tidak Setuju	d. Tidak Baik
e. Sangat Tidak Setuju	e. Sangat Tidak Baik

Sumber: Sugiyono (2014:132)

Skala 1 sampai 5 untuk memudahkan responden dalam menjawab pernyataan yang diajukan. Di mana, tiap-tiap pertanyaan/pernyataan akan dijawab oleh responden berdasarkan skala *likert* tersebut. Dalam penelitian ini, tiap-tiap pertanyaan akan dijawab oleh responden berdasarkan skala likert tersebut. Berdasarkan hipotesis, indikator pertanyaan mencakup variabel bebas di antaranya faktor kebutuhan, faktor lokasi, faktor informasi, faktor kualitas pelayanan serta variabel terikat pengambilan produk pembiayaan di PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Urutan skala pengukuran ini dimulai dari (sangat tidak setuju) – (sangat setuju) untuk semua variabel. Di mana, kriteria yang digunakan yakni:

Tabel 3.4
Skala Pengukuran Responden (skala *likert* 1-5)

No	Jawaban	Kode
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Netral	N
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

Sumber: Sugiyono (2014:132)

3.9 Uji Kualitas Data Penelitian

Keabsahan data dalam penelitian sangat diperlukan dalam sebuah penelitian. Oleh karena itu, perlu dilakukan uji validitas (kesahihan) dan reliabilitas (keandalan) untuk memastikan kuisisioner/angket tersebut valid dan dapat diandalkan untuk penelitian selanjutnya.

3.9.1 Validitas

Menurut Singarimbun (1995:124) validitas merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Validitas ini pada dasarnya digunakan untuk melihat kesamaan antara yang terkumpul dengan data yang sebenarnya terjadi dalam objek penelitian, sehingga data yang diperoleh benar-benar valid.

Menurut Ghozali (2012:45) uji validitas dapat dihitung dengan melakukan perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel dan memiliki nilai positif, maka pertanyaan yang diuji dikatakan valid. Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

- a. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka komponen kuisisioner dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka komponen kuisisioner dinyatakan tidak valid.

3.9.2 Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrument yang digunakan dalam penelitian guna untuk mengetahui sejauh mana hasil dari

suatu pengukuran dapat relative konsisten meskipun pengukuran tersebut dilakukan berulang kali (Singarimbun, 1995:140). Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat memperlihatkan kestabilan dari hasil penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap. Dalam mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) (Ghozali, 2012:47). Kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan tersebut yaitu:

- a. Jika hasil koefisien *alpha* lebih besar dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika hasil koefisien *alpha* lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

3.10 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahap yang penting dalam analisis regresi. Uji asumsi klasik berguna untuk melengkapi uji statistik yang telah dilakukan yaitu uji t dan uji F. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid

untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data terdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$ (Ghozali, 2012: 160-165). Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan uji grafik histogram, P-P Plot, dan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) (Janie, 2012:23).

a. Uji Grafik Histogram

Grafik histogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Adanya uji ini dapat diketahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak berdasarkan kemencengan grafik, baik ke kanan maupun ke kiri. Selain itu, grafik histogram dapat digunakan untuk menentukan bentuk transformasi data yang akan digunakan untuk menormalkan data yang tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji P-P Plot

Uji P-P Plot digunakan untuk melihat apakah variabel dependen dan independen mengikuti sebaran normal atau tidak. Apabila residu menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

c. Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)

Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan pengujian normalitas dengan membandingkan distribusi data yang akan diuji

normalitasnya dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. Apabila nilai signifikan di bawah 0,05 menunjukkan bahwa tidak terdapat adanya perbedaan yang signifikan dan jika nilai signifikan di bawah 0,05 maka terdapat adanya perbedaan yang signifikan atau hasil tidak normal (Janie, 2012:24).

3.10.2 Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian pada penelitian ini menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Kemungkinan tidak terjadinya heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y (Ghozali, 2012: 139-143).

3.10.3 Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2012: 105-106), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 atau besar toleransi $> 0,1$ (10%), maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

3.10.4 Uji R (Koefisien Korelasi)

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah terjadi korelasi di antara data pengamatan atau tidak (Ghozali, 2012:107). Jika terdapat adanya korelasi antara setiap variabel maka uji-t tidak dapat digunakan karena akan memberikan kesimpulan yang salah. Uji autokorelasi ini sangat penting untuk dilakukan terhadap data yang berbentuk *time series* apabila akan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Adapun salah satu cara yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antara setiap variabel maka digunakan uji Durbin - Watson (D-W test) sedangkan untuk pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi sebagai berikut (Ghozali, 2012:110):

Angka D – W adalah dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.

Angka D – W diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.

Angka D – W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

3.11 Metode Analisis Data

Sebelum memulai metode analisis data pada penelitian ini peneliti menggunakan Rprogram Statistik Versi 23 untuk memudahkan proses pengolahan dan analisis data. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda data primer.

Analisis regresi ingin mempelajari bagaimana eratnya hubungan antara satu atau beberapa variabel independen dengan sebuah variabel dependen. Jika parameter dari suatu hubungan

fungsi antara satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel ingin diestimasi, maka analisis regresi yang dikerjakan berkenaan dengan regresi berganda (*multiple regression*).

Menurut Danang (2013:47) analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi berganda mempunyai kaedah yang sama seperti analisis regresi sederhana. Jadi analisis ini bertujuan untuk mengukur pengaruh dari kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Rumus-rumus yang digunakan pun tidak lain dari pengembangan dari rumus-rumus yang digunakan pada regresi linier sederhana.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e \quad (3.2)$$

Di mana:

Y

= Satu peubah tak bebas

a

= Konstanta

$b_1 - b_4$

= Koefisien regresi variabel bebas

x_1

= Kebutuhan

x_2

= Lokasi

x_3

= Informasi dan,

x_4

= Kualitas Pelayanan

e

= Error

3.12 Pembuktian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan dua pengujian. Adapun yang pertama adalah uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel independen (bebas) secara parsial terhadap variabel dependen. Dan selanjutnya, yang kedua adalah uji-F yang digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel independen (bebas) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Adapun model pengujian tersebut adalah:

3.12.1 Uji Simultan (Uji - F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah pengaruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan Uji F adalah:

1. Jika nilai sig. $< 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, ini menyatakan bahwa semua variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai sig. $> 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini menyatakan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012:99).

Uji tabel F digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dengan dependen secara simultan (bersama-sama) sehingga dapat dirumuskan hipotesis untuk yang kedua dalam uraian kalimat, sebagai berikut:

H_0 = Kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas layanan tidak berpengaruh secara simultan dalam mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

H_a = Kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan dalam mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) 5%. H_0 diterima jika $\text{Sig. } F > 0,05$ artinya tidak ada pengaruh yang simultan antara lokasi, informasi, kualitas pelayanan yang mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Sebaliknya H_a diterima jika $\text{Sig. } F < 0,05$ artinya ada pengaruh yang simultan antara lokasi, informasi, kualitas pelayanan yang mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

3.12.2 Uji Parsial (Uji - t)

Uji t yaitu uji yang dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2012:99). Kriteria pengambilan keputusan Uji t adalah:

1. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, ini berarti semua variabel independen bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.
2. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, ini berarti semua variabel independen bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

Uji tabel t digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial (masing-masing) sehingga dapat dirumuskan hipotesis untuk yang pertama dari uraian kalimat sebagai berikut:

- H_{01} : kebutuhan tidak mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
- H_1 : kebutuhan mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
- H_{02} : lokasi tidak mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
- H_2 : lokasi mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
- H_{03} : informasi tidak mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT

Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

- H₃ : informasi mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
- H₀₄ : kualitas pelayanan tidak mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
- H₄ : kualitas pelayanan mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

3.12.3 Uji R² (koefisien determinasi)

Uji R² ini menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y). Menurut Ghazali (2012:97) koefisien determinasi R² pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R² = Koefisien Determinasi

r² = Koefisien Korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

Sebagai provinsi dengan umat muslim terbesar di Indonesia yakni 98,5% dari total penduduk 5,19 juta, Aceh menjadi sumber daya dan potensi utama bagi pertumbuhan ekonomi, khususnya ekonomi syariah dan industri halal. Pertumbuhan ekonomi Aceh tercatat tumbuh 5,74% *year on year* (yoy) pada Juni 2018, meningkat signifikan dari periode yang sama tahun 2017 sebesar 3,54%. Pertumbuhan tersebut didorong oleh sektor pertanian, konstruksi, perdagangan, serta administrasi pemerintahan. Dari sisi pengeluaran, konsumsi rumah tangga, dan konsumsi pemerintah menjadi lokomotif utama pertumbuhan ekonomi. Sektor-sektor ekonomi tersebut merupakan potensi bisnis bagi industri perbankan termasuk perbankan syariah.

Abdullah Firman yang menjabat sebagai pimpinan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh mengatakan, provinsi Aceh merupakan provinsi yang memiliki market share perbankan syariah tertinggi di Indonesia sebesar 58,36% dari total aset perbankan sebesar Rp. 49 triliun (per Juni 2018), yang didorong oleh konversi Bank Aceh menjadi Bank Aceh Syariah. Market share tersebut jauh di atas market share perbankan syariah nasional sebesar 5,7%. Hal tersebut menunjukkan dukungan pemerintah daerah Aceh terhadap

kemajuan ekonomi dan perbankan syariah. Dengan mempertimbangkan potensi daerah dan potensi ekonomi Provinsi Aceh tersebut, PT Bank BNI Syariah memandang perlu untuk meningkatkan layanan antara lain dengan melakukan relokasi Kantor Cabang Banda Aceh ke lokasi baru saat ini yaitu di Jalan T.M Daud Beureuh yang lebih strategis, representatif dan lebih nyaman khususnya bagi masyarakat dan nasabah PT Bank BNI Syariah Terbukti dengan pertumbuhan kinerja PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Per Juni 2018, pertumbuhan aset sebesar 55%, DPK 80% dan pembiayaan 72% meningkat dari periode yang sama tahun sebelumnya (Beritasatu, 2018).

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ciri-ciri responden dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, status, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan (perbulan), pernah atau tidaknya melakukan pengambilan pembiayaan pada bank konvensional. Berdasarkan hasil penelitian, penulis kemudian mengidentifikasi karakteristik responden seperti terlihat pada Tabel 4.1. berikut ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin:		
	• Laki-laki	34	44%
	• Perempuan	43	56%
	Jumlah	77	100%
2	Usia :		
	• < 20 tahun	40	52%
	• 21-30 tahun	27	35%
	• 31-40 tahun	10	13%
	• >41 tahun	0	0%
	Jumlah	77	100%
3	Status:		
	• Kawin	32	42%
	• Belum Kawin	45	58%
	Jumlah	77	100%
4	Pendidikan Terakhir		
	• SD	0	0%
	• SMP	0	0%
	• SMA	41	53%
	• D3	3	4%
	• S1/S2/S3	33	43%
	Jumlah	77	100%
5	Pekerjaan:		
	• Pelajar/Mahasiswa	31	40%
	• Pegawai Negeri	15	20%
	• Sipil/Militer	12	16%
	• Pegawai Swasta	19	24%
	• Pengusaha/Pedagang		
	Jumlah	77	100%
6	Pendapatan (Perbulan)		
	• < Rp 2.000.000	30	39%
	• Rp 2.000.001 – Rp	17	22%

Tabel 4.1 - Lanjutan

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
	5.000.000	13	17%
	• Rp 5.000.001 – Rp 8.000.000	17	22%
	• > Rp 8.000.001		
	Jumlah	77	100%
7	Pernah melakukan pengambilan pembiayaan pada bank konvensional:		
	• Pernah	32	42%
	• Tidak Pernah	45	58%
	Jumlah	77	100%

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Hasil penelitian dengan 77 responden yang mengisi kuesioner merupakan masyarakat kota Banda Aceh yang melakukan pengambilan produk pembiayaan komersial di PT Bank BNI Syariah. Berdasarkan jenis kelamin responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan yakni sebanyak 43 orang dengan persentase 56%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 34 orang dengan persentase 44%.

Berdasarkan usia responden dapat dijelaskan bahwa responden dengan usia <20 tahun berjumlah 40 orang dengan persentase 52%, responden dengan usia 21-30 tahun berjumlah 27 orang dengan persentase 35%, responden dengan usia 31-40 tahun berjumlah 10 orang dengan persentase 13%, dan responden dengan usia lebih dari >41 tahun berjumlah 0 orang dengan persentase 0%. Dari sisi usia, persentase paling tinggi terdapat pada responden dengan usia 17-25 tahun yaitu 75%.

Berdasarkan status responden, dapat dilihat bahwa responden dengan status kawin berjumlah 32 orang dengan persentase 42%. Di sisi lain responden dengan status tidak kawin berjumlah 45 orang dengan persentase 58%. Berdasarkan pendidikan terakhir responden dapat dijelaskan responden dengan pendidikan terakhir SMA mendominasi, yakni berjumlah 41 orang dengan persentase 53%. Selanjutnya responden dengan pendidikan terakhir D3 berjumlah 3 orang dengan persentase 4% dan responden dengan pendidikan terakhir S1/S2/S3 berjumlah 33 orang dengan persentase 43%.

Berdasarkan pekerjaan responden dapat dijelaskan bahwa responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa berjumlah 31 orang dengan persentase 40%, responden dengan pekerjaan pegawai negeri sipil/militer berjumlah 15 orang dengan persentase 20%, responden dengan pekerjaan pegawai swasta berjumlah 12 orang dengan persentase 16%, dan responden dengan pekerjaan pengusaha/pedagang berjumlah 19 orang dengan persentase 24%.

Berdasarkan jumlah pendapatan (perbulan) responden dapat dilihat bahwa responden yang mempunyai penghasilan (perbulan) di bawah Rp 2.000.000 berjumlah 30 orang dengan persentase tertinggi yakni 39%. Responden dengan penghasilan (perbulan) Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000 berjumlah 17 orang dengan persentase 22%. Responden dengan penghasilan (perbulan) Rp 5.000.001 – Rp 8.000.000 berjumlah 13 orang dengan persentase 17% dan 17 orang yang mempunyai penghasilan di atas Rp 8.000.001 dengan persentase 22%.

Berdasarkan pernah atau tidaknya melakukan pengambilan pembiayaan di bank konvensional dapat dijelaskan bahwa Responden yang tidak pernah melakukan pengambilan pembiayaan pada bank konvensional berjumlah 45 orang dengan persentase 58%. Responden yang pernah berjumlah 32 orang dengan persentase 42%. Hal ini menunjukkan responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang tidak pernah melakukan pengambilan pembiayaan pada bank konvensional.

4.3 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014:207). Deskripsi data memberikan gambaran atau deskripsi mengenai karakteristik data variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun fungsi deskripsi data adalah untuk mengetahui nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, standar deviasi, dan jumlah data yang dianalisis. Tabel 4.2 menunjukkan nilai statistik deskriptif dari masing-masing variabel.

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kebutuhan (X1)	77	7.00	20.00	17.12	.3195
Lokasi (X2)	77	6.00	20.00	14.62	.3638
Informasi (X3)	77	6.00	15.00	11.04	.2479
Kualitas Pelayanan (X4)	77	9.00	25.00	18.44	.3796
Pengambilan Produk Pembiayaan PT Bank BNI Syariah (Y)	77	4.00	20.00	14.86	.3090
Valid N (listwise)	77				

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa nilai minimum dan maksimum untuk kebutuhan adalah sebesar 7,00 dan 20,00 dengan nilai rata-rata sebesar 17,12 serta standar deviasi sebesar 0,31. Nilai minimum dan maksimum untuk lokasi adalah sebesar 6,00 dan 20,00 dengan nilai rata-rata 14,62 serta standar deviasi sebesar 0,36. Nilai minimum dan maksimum untuk informasi adalah 6,00 dan 15,00 dengan nilai rata-rata sebesar 11,04 serta standar deviasi sebesar 0,24. Nilai minimum dan maksimum untuk kualitas pelayanan adalah sebesar 9,00 dan 25,00 dengan nilai rata-rata 18,44 serta standar deviasi sebesar 0,31. Nilai minimum dan maksimum pengambilan produk pembiayaan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh adalah sebesar 4,00 dan 20,00 dengan nilai rata-rata 14,86 serta standar deviasi 0,30.

4.3.1 Analisis Frekuensi Responden

Jawaban seluruh responden yang berjumlah 77 orang dianalisis untuk melihat jumlah (frekuensi) atas jawaban yang diberikan. Dari 20 pertanyaan yang diajukan menghasilkan skor rata-rata (*mean*) untuk masing-masing variabel dan dapat diinterpretasikan berdasarkan panjang kelas (Sudjana, 2005:47). Interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden dapat dilihat dalam Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Interpretasi Nilai Rata-rata Tanggapan Responden

Nilai	Keterangan
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik
1,80 – 2,59	Tidak Baik
2,60 – 3,39	Kurang Baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Sudjana (2005:47)

1. Persepsi Responden terhadap Kebutuhan

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya jawaban responden terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Pengambilan
Produk Pembiayaan PT Bank BNI Syariah

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
		1	2	3	4	5	
1.	Anda melakukan pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh karena kebudayaan	2	3	26	24	22	3,80
2.	Anda melakukan pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh karena keadaan sosial	2	8	30	23	14	3,50
3.	Anda melakukan pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh karena sesuai dengan yang anda inginkan	1	6	28	24	18	3,70
4	Anda melakukan pengambilan	1	3	22	29	22	3,90

Tabel 4.4 - Lanjutan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
		1	2	3	4	5	
	produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh karena kenyamanan						
	Total	6	20	106	100	76	
Rata-rata Pengambilan Produk Pembiayaan PT Bank BNI Syariah							3,72

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Tabel 4.4 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan pengambilan produk pembiayaan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Secara keseluruhan jawaban responden, sebanyak 2% dan 6,5% responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu, sebanyak 34% dari responden menjawab netral, 32% dari responden menjawab setuju, dan 25% dari responden menjawab sangat setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab netral untuk variabel pengambilan produk pembiayaan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dengan nilai rata-rata adalah 3,72. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel pengambilan produk pembiayaan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh adalah “Baik”.

2. Persepsi Responden terhadap Kebutuhan

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya jawaban responden terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Kebutuhan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
		1	2	3	4	5	
1.	Kebutuhan produk pembiayaan bagi anda merupakan kebutuhan primer (<i>Dharuriyat</i>)	3	3	8	14	49	4,30
2.	Kebutuhan produk pembiayaan bagi anda merupakan kebutuhan sekunder (<i>Hajiyat</i>)	2	4	13	19	39	4,15
3.	Kebutuhan produk pembiayaan bagi anda merupakan kebutuhan tersier (<i>Tahsiniyat</i>)	0	10	8	18	41	4,20
Total		5	17	29	51	129	
Rata-rata Kebutuhan							4,21

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Tabel 4.5 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan pengambilan produk pembiayaan PT Bank BNI Syariah Banda Aceh. Secara keseluruhan jawaban responden, sebanyak 2% dan 6,7% reponden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu, sebanyak 12% dari responden menjawab netral, 2 % dari responden menjawab setuju, dan 60% dari responden menjawab sangat setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju untuk variabel kebutuhan dengan nilai rata-rata adalah 4,27. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel kebutuhan adalah “Sangat Baik”.

3. Persepsi Responden terhadap Lokasi

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya jawaban responden terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6
Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Lokasi

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
		1	2	3	4	5	
1.	Lokasi PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh memiliki jalur masuk dan keluar yang baik	4	6	20	25	22	3,70
2.	Lokasi PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dapat dilihat jelas dari tepi jalan	1	10	11	28	27	3,90
3.	PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh memiliki tempat parkir yang luas dan aman	8	9	25	21	14	3,30
4	Lokasi PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh berada tepat di area lingkungan bisnis	2	9	21	24	21	3,70
Total		15	34	77	98	84	
Rata-rata Lokasi							3,65

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Tabel 4.6 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan kebutuhan. Secara keseluruhan jawaban responden, sebanyak 5% dan 11%

reponden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu, sebanyak 25% dari responden menjawab netral, 32 % dari responden menjawab setuju, dan 27% dari responden menjawab sangat setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju untuk variabel lokasi dengan nilai rata-rata adalah 3,65. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel kebutuhan adalah “Baik”.

4. Persepsi Responden terhadap Informasi

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya jawaban responden terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7
Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap Informasi

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
		1	2	3	4	5	
1.	Informasi yang disampaikan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh akurat	0	8	23	28	18	3,70

Tabel 4.7 - Lanjutan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
		1	2	3	4	5	
2.	Informasi yang disampaikan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh tepat waktu	0	10	31	14	22	3,60
3.	Informasi yang disampaikan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dapat diterima	0	9	25	24	19	3,70
Total		0	27	79	66	59	
Rata-rata Informasi							3,67%

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Tabel 4.7 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan informasi. Secara keseluruhan jawaban responden, sebanyak 0% dan 12% responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu, sebanyak 34% dari responden menjawab netral, 28 % dari responden menjawab setuju, dan 25% dari responden menjawab sangat setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab netral untuk variabel informasi dengan nilai rata-rata adalah 3,67. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel informasi adalah “Baik”.

5. Persepsi Responden terhadap Kualitas Pelayanan

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya jawaban responden terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Statistik Deskriptif Persepsi Responden terhadap
Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
		1	2	3	4	5	
1.	Karyawan pada PT BNI Syariah Cabang Banda Aceh merupakan karyawan yang handal	0	4	26	32	15	3,75
2.	Karyawan Pada PT BNI Syariah Cabang Banda Aceh merupakan karyawan yang tanggap	0	10	24	31	12	3,60
3.	Karyawan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh memiliki pengetahuan atas produk yang disalurkan	1	4	20	37	15	3,80
4	Karyawan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh mengerti	2	10	22	26	17	3,60

Tabel 4.8 - Lanjutan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
		1	2	3	4	5	
	kebutuhan dan kesulitan nasabah						
5	Karyawan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh memiliki sarana komunikasi yang baik dalam melayani nasabah	0	6	26	29	16	3,70
Total		3	34	118	155	75	
Rata-rata Kualitas Pelayanan							3,70

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Tabel 4.8 menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Secara keseluruhan jawaban responden, sebanyak 1% dan 9% reponden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Sementara itu, sebanyak 31% dari responden menjawab netral, 40 % dari responden menjawab setuju, dan 19% dari responden menjawab sangat setuju. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju untuk variabel kualitas pelayanan dengan nilai rata-rata adalah 3,70. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggapan seluruh responden terhadap variabel kualitas pelayanan adalah “Baik”.

4.4 Hasil Uji Kualitas Data Penelitian

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Menurut Singarimbun (1995:124) validitas merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan uji *pearson correlation*. Uji validitas dapat dihitung dengan melakukan perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel dan memiliki nilai positif, maka pertanyaan yang diuji dikatakan valid. Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

- a. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan tidak valid.

Hasil mengenai uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4.9. Berdasarkan Tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan valid karena memiliki hubungan positif terhadap total skor konstruk. Hubungan positif ini terjadi karena masing-masing pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (Ghozali, 2012:45).

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1 1	0,744	0,188	Valid
X1 2	0,784		Valid
X1 3	0,842		Valid
X2 1	0,843	0,188	Valid
X2 2	0,778		Valid
X2 3	0,831		Valid
X2 4	0,797	0,188	Valid
X3 1	0,817		Valid
X3 2	0,864		Valid
X3 3	0,831	0,188	Valid
X4 1	0,841		Valid
X4 2	0,863		Valid
X4 3	0,823	0,188	Valid
X4 4	0,775		Valid
X5 5	0,887	0,188	Valid
Y1	0,695		Valid
Y2	0,876		Valid
Y3	0,800		Valid
Y4	0,825		Valid

Sumber: Data Diolah (2019)

4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrumen yang digunakan dalam penelitian guna untuk mengetahui sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat relatif konsisten meskipun pengukuran tersebut dilakukan berulang kali (Singarimbun, 1995:140). Dalam mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan tersebut yaitu (Ghozali, 2012:47):

- a. Jika hasil koefisien alpha lebih besar dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika hasil koefisien alpha lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Nilai *cronbach alpha* untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 4.10. Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha*, kebutuhan (X1) sebesar 0.699, lokasi (X2) sebesar 0.828, informasi (X3) sebesar 0.787, dan kualitas pelayanan sebesar 0.889 serta variabel pengambilan produk pembiayaan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh (Y) sebesar 0.810. Nilai *Cronbach Alpha* variabel lebih besar dari 0,60, artinya bahwa seluruh variabel yang diteliti adalah reliabel.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kebutuhan (X1)	3	0,699	Reliabel
Lokasi (X2)	4	0,828	Reliabel
Informasi (X3)	3	0,787	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X4)	5	0,889	Reliabel
Pengambilan Produk Pembiayaan PT BNI Syariah (Y)	4	0,810	Reliabel

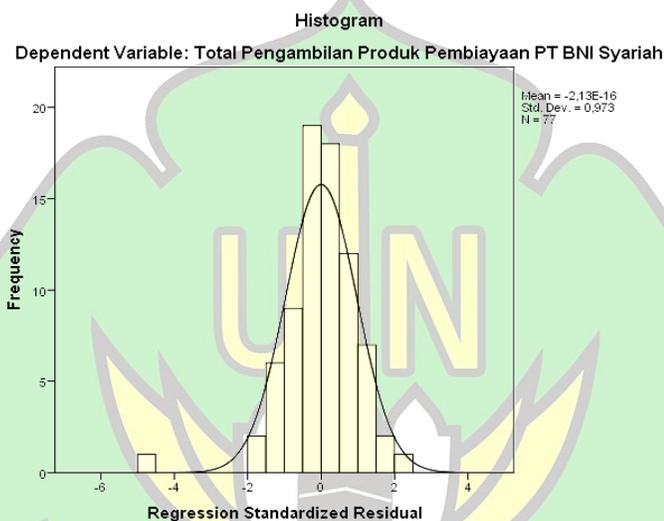
Sumber: Data Diolah (2019)

4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Cara untuk mengetahui apakah data tersebut

terdistribusi secara normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan uji grafik histogram, P-P Plot, dan Kolmogorov-Smirnov (K-S)(Janie, 2012:20). Hasil uji normalitas dapat dilihat sebagai berikut:

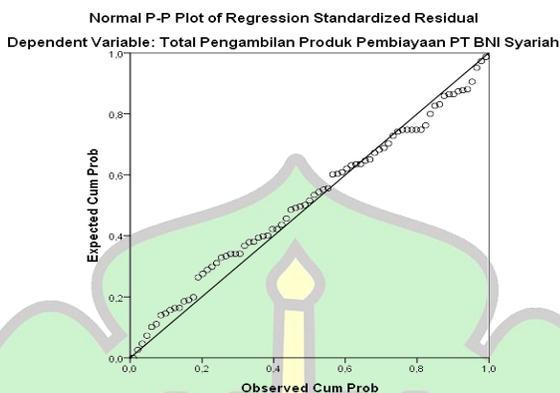


Sumber: Data Diolah (2019)

Gambar 4.1
Histogram Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.1 histogram *regressionresidual* histogram tampak mengikuti kurva normal, meskipun ada beberapa data yang tampak keluar dari garis normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Metode lain yang digunakan dalam uji normalitas adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis

yang akan menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.



Sumber: Data Diolah (2019)

Gambar 4.2
Normal Probability Plot

Probabilty Plot pada Gambar 4.2 sekilas terlihat normal, karena distribusi data residualnya terlihat mendekati garis normalnya. Namun biasanya hal ini dapat menyesatkan, oleh karena itu analisis statistik digunakan untuk memastikan apakah data tersebut benar-benar normal. Pengujian normalitas data secara analisis statistik dilakukan dengan menggunakan *Uji Kolmogorov-Smirnov*. Data yang terdistribusi normal ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau 5% (Ghozali, 2012: 160-165).

Tabel 4.11
Uji Kolmogorov-Smirnov Test

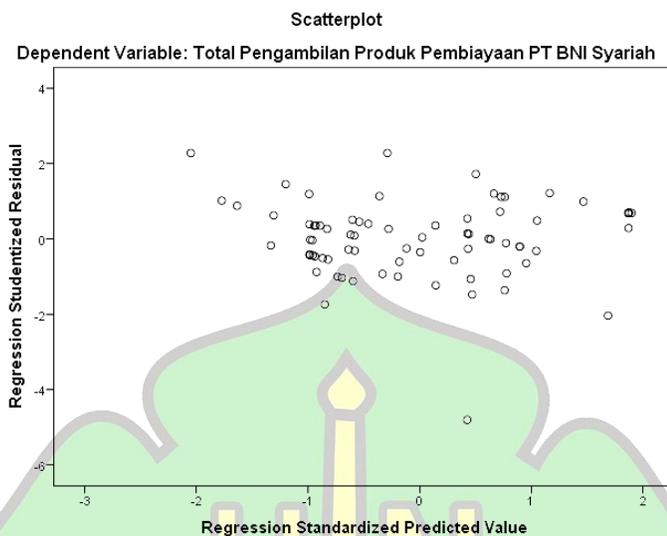
		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,48355867
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,078
	Positive	,064
	Negative	-,078
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.11 diperoleh nilai signifikansi untuk uji Kolmogorov-Smirnov sebesar $0,200 > 0,05$ yang dilihat pada tabel Asymp Sig. (2-tailed) berarti bahwa sebaran data berdistribusi normal. Kesimpulan yang diperoleh adalah data penelitian berdistribusi normal sehingga penelitian dapat dilanjutkan pada tahapan analisis regresi.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Kemungkinan tidak terjadinya heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y (Ghozali, 2012: 139-143).



Sumber: Data Diolah (2019)

Gambar 4.3
Grafik Pengujian Heteroskedastisitas

Berdasarkan pengujian pada gambar 4.1, terlihat bahwa titik-titik data menyebar acak di atas maupun di bawah atau di sekitar angka nol dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Dengan demikian, model yang diajukan dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Artinya, model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

4.5.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2012: 105-106) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing

variabel independen, jika nilai VIF < 10 atau besar *tolerance* $> 0,1$ (10%), maka dapat disimpulkan bahwa data bebas dari gejala multikolinieritas. Hasil perhitungan data diperoleh nilai VIF sebagai berikut:

Tabel 4.12
Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Kebutuhan	0,616	1,624	Tidak terjadi gejala multikolonieritas
Lokasi	0,491	2,037	Tidak terjadi gejala multikolonieritas
Informasi	0,377	2,654	Tidak terjadi gejala multikolonieritas
Kualitas Pelayanan	0,446	2,243	Tidak terjadi gejala multikolonieritas

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa semua nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas yaitu korelasi antar variabel bebas. Artinya, model regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

4.5.4 Uji R (Koefisien Korelasi)

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah terjadi korelasi di antara data pengamatan atau tidak (Gunawan, 2005:125). Jika terdapat adanya korelasi antara setiap variabel maka uji-t tidak dapat digunakan karena akan memberikan kesimpulan yang salah. Adapun salah satu cara yang digunakan

untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antara setiap variabel maka digunakan uji Durbin - Watson (D-W test) sedangkan untuk pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2012:110):

Angka D – W adalah dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.

Angka D – W diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.

Angka D – W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Tabel 4.13
Hasil Uji R (Koefisien Korelasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,596 ^a	,355	,319	2,550	2,180

Sumber: Data Diolah (2019)

Adapun salah satu cara yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antara setiap variabel maka digunakan uji Durbin - Watson (D-W test). Dapat dijelaskan melalui Tabel 4.13 di atas, bahwa hasil uji R (Koefisien Korelasi) menggunakan uji Durbin - Watson (D-W test) mempunyai nilai 2,180 dan membuktikan tidak ada autokorelasi antar variabel maka uji-t dapat digunakan.

4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui variabel bebas yang dapat menentukan variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah variabel kebutuhan,

lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan sedangkan variabel terikat adalah pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Menurut Danang (2013:47) analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat Analisis regresi berganda mempunyai kaedah yang sama seperti analisis regresi sederhana. Jadi analisis ini bertujuan untuk mengukur pengaruh dari kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Rumus-rumus yang digunakan pun tidak lain dari pengembangan dari rumus rumus yang digunakan pada regresi linier sederhana.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Di mana:

Y = Satu peubah tak bebas

a = Konstanta

$b_1 - b_4$ = Koefisien regresi variabel bebas

x_1 = Kebutuhan

x_2 = Lokasi

x_3 = Informasi dan,

x_4 = Kualitas Pelayanan

e = Error

Berdasarkan pengolahan data analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan SPSS Versi 23 sebagaimana disajikan pada Tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,603	1,746		3,210	,002
Total Variabel Kebutuhan	-,051	,148	-,041	-,342	,734
Total Variabel Lokasi	,259	,115	,306	2,259	,027
Total Variabel Informasi	,032	,192	,026	,167	,868
Total Variabel Kualitas Pelayanan	,312	,115	,383	2,701	,009

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui model regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,603 - 0,051X_1 + 0,259X_2 + 0,032X_3 + 0,312X_4 + e \quad (4.1)$$

Adapun interpretasi dari model regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Koefisien regresi dari variabel kebutuhan adalah sebesar $-0,051$, angka ini menunjukkan bahwa apabila kebutuhan dinaikkan sebesar 100% , maka pengambilan produk pembiayaan PT Bank BNI Syariah akan turun sebesar $5,1\%$. Hal ini berarti bahwa kebutuhan berpengaruh negatif terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
2. Koefisien regresi dari variabel lokasi adalah sebesar $0,259$, angka ini menunjukkan bahwa apabila lokasi dinaikkan sebesar 100% , maka pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh akan naik sebesar $25,9\%$. Hal ini berarti bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
3. Koefisien regresi dari variabel informasi adalah sebesar $0,032$, angka ini menunjukkan bahwa apabila informasi dinaikkan sebesar 100% , maka pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh akan naik sebesar $3,2\%$. Hal ini berarti bahwa informasi berpengaruh positif terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

4. Koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,312, angka ini menunjukkan bahwa apabila dinaikkan sebesar 100%, maka pengambilan produk pembiayaan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh akan naik sebesar 31,2%. Hal ini berarti bahwa informasi berpengaruh positif terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Dari model matematis di atas dapat dilihat bahwa variabel yang paling mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh adalah variabel kualitas pelayanan dengan koefisien sebesar 0,309. Dapat disimpulkan bahwa PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh memiliki kualitas pelayanan yang baik kepada nasabahnya dan menjadikan nasabah loyal terhadap bank terutama dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

4.7 Hasil Uji Ketetapan Model

4.7.1 Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah pengaruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan Uji F adalah:

1. Jika nilai sig. < 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, ini menyatakan bahwa semua

variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen

2. Jika nilai sig. > 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini menyatakan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012:99)

Untuk menguji hipotesis ini dapat dilihat hasil uji statistik berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS Versi 23 pada Tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	257,344	4	64,336	9,896	,000 ^b
Residual	468,084	72	6,501		
Total	725,429	76			

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.14 diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 9,896 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,50, hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti variabel kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

4.7.2 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Uji t yaitu uji yang dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan

variasi variabel terikat (Ghozali, 2012:99). Kriteria pengambilan keputusan Uji t adalah:

1. Jika nilai sig < 0,05 atau $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, ini berarti semua variabel independen bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, ini berarti semua variabel independen bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

Untuk menguji hipotesis parsial yang dapat dilihat hasil uji statistik berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS sebagaimana disajikan pada Tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,603	1,746		3,210	,002
Total Variabel Kebutuhan	-,051	,148	-,041	-,342	,734
Total Variabel Lokasi	,259	,115	,306	2,259	,027
Total Variabel Informasi	,032	,192	,026	,167	,868
Total Variabel Kualitas Pelayanan	,312	,115	,383	2,701	,009

Sumber: Data Diolah (2019)

Adapun interpretasi dari model regresi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Pengaruh kebutuhan terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dapat dilihat dari Tabel 4.16 variabel kebutuhan mempunyai nilai T_{hitung} sebesar $-0,342$ lebih kecil dari T_{tabel} sebesar $1,993$ dan $sig.$ sebesar $0,734 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya bahwa kebutuhan secara parsial tidak berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.
Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Fasilatul (2015) kebutuhan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah di KJKS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun Gresik.
2. Pengaruh lokasi terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dapat dilihat dari Tabel 4.16 variabel lokasi mempunyai nilai T_{hitung} sebesar $2,259$ lebih besar dari T_{tabel} sebesar $1,993$ dan $sig.$ sebesar $0,027 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa lokasi secara parsial berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu, dalam penelitian Suciati (2016) dimana variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim melakukan pembiayaan di bank syariah. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diperoleh nilai t hitung yaitu sebesar 0.084. Jadi nilai t hitung $< t$ tabel ($0.084 < 1.984$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi tidak berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah.

3. Pengaruh informasi pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dapat dilihat dari Tabel 4.16 variabel informasi mempunyai nilai T_{hitung} sebesar 0,167 lebih kecil dari T_{tabel} sebesar 1,993 dan sig, sebesar $0,868 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya bahwa informasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu, dalam penelitian Avizah (2014) dimana variabel informasi tidak berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah. Hasil penelitian ini membuktikan ketika nasabah memperoleh informasi dari penyedia layanan maka informasi tersebut tidak akan berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah.

4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dapat dilihat dari Tabel 4.16 variabel lokasi mempunyai nilai T_{hitung} sebesar 2,701 lebih besar dari T_{tabel} sebesar 1,993 dan $sig.$ sebesar $0,09 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nisa (2018) dimana variabel kualitas pelayanan mempunyai kontribusi terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah. Variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang ditawarkan pihak perbankan syariah berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah.

4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi dependen. Nilai Koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1.

Tabel 4.17
Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,596 ^a	,355	,319	2,550	2,180

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,354 atau 35,4%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel pengambilan produk pembiayaan PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh sebesar 35,5%, sementara sisanya 64,5% dijelaskan oleh variabel lain diantaranya motif agama (Yulianti, 2015), moral dan aksestabilitas (Mirawati, 2018), faktor perilaku konsumen, ekuitas merek, dan bauran pemasaran jasa (Zainuddin, 2016).

4.9 Pembahasan

4.9.1 Pengaruh Kebutuhan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh

Hasil analisis regresi menghasilkan urutan besarnya pengaruh variabel-variabel independen yang berbeda. Fenomena tersebut dapat dilihat dari besarnya koefisien regresi dari terbesar pengaruhnya sampai yang terkecil adalah kualitas pelayanan (2,701), lokasi (2,259), Informasi (0,167), dan kebutuhan (- 0,342). Beberapa variabel secara parsial berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT

Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dengan dilakukan uji t secara parsial.

Pengaruh paling dominan adalah variabel kualitas pelayanan. Hal ini menandakan bahwa di antara keempat variabel independen yang diuji pengaruhnya, variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi yang paling besar yaitu 2,701 atau 27% berpengaruh terhadap masyarakat kota banda aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Berdasarkan hasil tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa PT Bank BNI Syariah Cabang banda Aceh memiliki kualitas pelayanan yang baik di hati nasabahnya terutama masyarakat kota Banda Aceh. Masyarakat kota Banda Aceh melakukan pengambilan produk pembiayaan dikarenakan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Berdasarkan pengamatan peneliti, seluruh elemen penyedia layanan di PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh berintergrasi dengan baik dan bekerja dengan sangat profesional dalam melayani nasabahnya.

Hasil uji koefisien determinasi berdasarkan Tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,355 atau 35,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh sebesar 35,5%, sementara sisanya 64,5% dijelaskan oleh variabel lain diantaranya motif agama (Yulianti, 2015), moral dan

aksestabilitas (Mirawati, 2017), faktor perilaku konsumen, ekuitas merek, dan bauran pemasaran jasa (Zainuddin, 2017).

Sedangkan hasil dari uji F ini adalah variabel kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Kesimpulan ini diperoleh dari Tabel 4.15 dengan nilai nilai F_{hitung} sebesar 9,896 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,50.

4.9.2 Pengaruh Kebutuhan terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel kebutuhan secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh, kesimpulan ini diperoleh dari Tabel 4.16 dengan nilai T_{hitung} sebesar $-0,342$ lebih kecil dari T_{tabel} sebesar 1,993 dan sig. sebesar $0,734 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya bahwa kebutuhan secara parsial tidak berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Faktor kebutuhan tidak berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Bagi masyarakat kota Banda Aceh, faktor kebutuhan dalam pengambilan produk bukan

utama yang harus dipertimbangkan karena ada faktor keinginan, akad, dan pelayanan terhadap produk pembiayaan pada PT Bank Syariah Cabang Banda Aceh dan faktor lainnya yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Dikarenakan pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh bukan hanya berdasarkan kebutuhan sehingga tanggapan yang diberikan responden berimplikasi pada hasil yang diperoleh yaitu kebutuhan tidak mempengaruhi masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Fasilatul (2015) kebutuhan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah di KJKS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun Gresik.

4.9.3 Pengaruh Lokasi terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel lokasi secara parsial berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh, kesimpulan ini diperoleh dari Tabel 4.16 dengan nilai T_{hitung} sebesar 2,701 lebih besar dari T_{tabel} sebesar 1,993 dan sig, sebesar $0,027 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa lokasi secara parsial berpengaruh terhadap

masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Lokasi bank merupakan tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Dalam bisnis jasa bank, penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan dapat diraih (Arif, 2010:145-146).

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu, dalam penelitian Suciati (2016) dimana variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim melakukan pembiayaan di bank syariah. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diperoleh nilai t hitung yaitu sebesar 0.084. Jadi nilai t hitung < t tabel ($0.084 < 1.984$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi tidak berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah.

4.9.4 Pengaruh Informasi terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel informasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh,

kesimpulan ini diperoleh dari Tabel 4.16 dengan nilai nilai T_{hitung} sebesar 0,167 lebih kecil dari T_{tabel} sebesar 1,993 dan sig , sebesar 0,868 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima, artinya bahwa informasi secara parsial tidak terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Faktor informasi tidak berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Bagi masyarakat kota Banda Aceh, faktor informasi dalam pengambilan produk bukan utama yang harus dipertimbangkan karena ada faktor pemasaran jasa, kemudahan penggunaan, dan resiko transaksi terhadap produk pembiayaan pada PT Bank Syariah Cabang Banda Aceh dan faktor lainnya yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Dikarenakan pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh bukan hanya berdasarkan informasi sehingga tanggapan yang diberikan responden berimplikasi pada hasil yang diperoleh yaitu informasi tidak berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu, dalam penelitian Avizah (2014) dimana variabel informasi tidak pengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah. Hasil penelitian ini membuktikan ketika nasabah memperoleh informasi dari penyedia layanan maka informasi tersebut tidak akan

berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah.

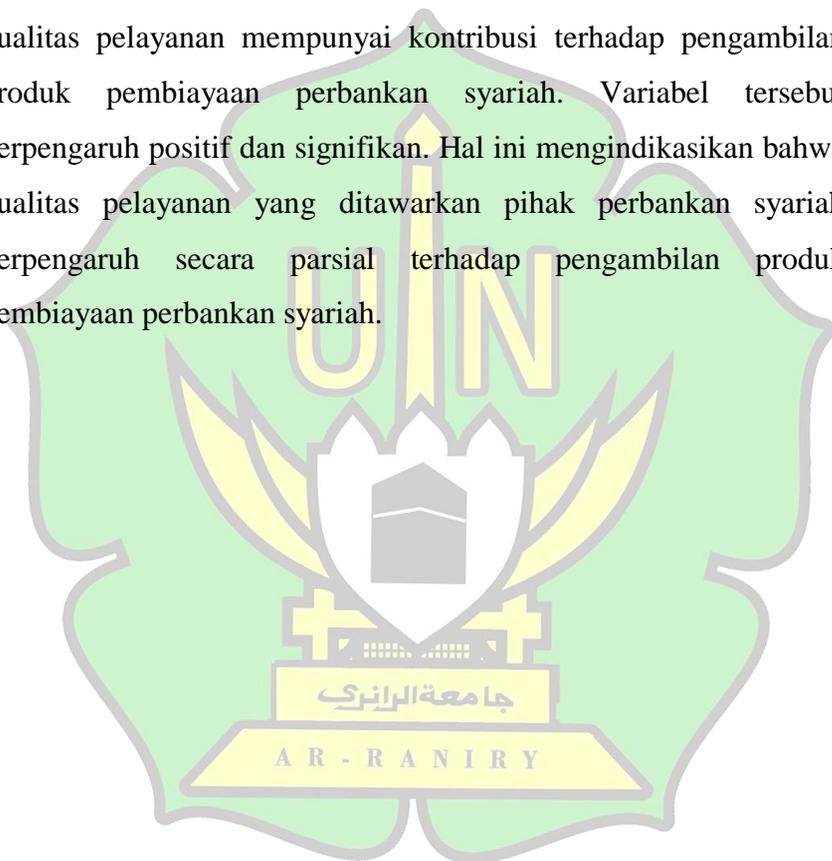
4.9.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pengambilan Produk Pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Banda Aceh, kesimpulan ini diperoleh dari Tabel 4.16 dengan nilai T_{hitung} sebesar 2,701 lebih besar dari T_{tabel} sebesar 1,993 dan sig, sebesar $0,09 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Bagi masyarakat kota Banda Aceh, faktor kualitas pelayanan dalam pengambilan produk adalah hal utama yang harus dipertimbangkan selain faktor pemasaran jasa, kemudahan penggunaan, dan resiko transaksi terhadap produk pembiayaan pada PT Bank Syariah Cabang Banda Aceh dan faktor lainnya yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Dikarenakan pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh berdasarkan kualitas pelayanan sehingga tanggapan yang diberikan responden berimplikasi pada

hasil yang diperoleh yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nisa (2018) dimana variabel kualitas pelayanan mempunyai kontribusi terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah. Variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang ditawarkan pihak perbankan syariah berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan produk pembiayaan perbankan syariah.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan analisis data dalam penelitian tentang “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Banda Aceh Dalam Pengambilan Produk Pembiayaan Pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh” dengan menggunakan sampel sebanyak 77 responden masyarakat kota Banda Aceh yang melakukan pengambilan produk pembiayaan komersial pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji F membuktikan variabel kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Kesimpulan ini diperoleh dari Tabel 4.15 dengan nilai nilai F_{hitung} sebesar 9,896 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,50.
2. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,355 atau 35,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kebutuhan, lokasi, informasi, dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh sebesar 35,5%, sementara sisanya 64,5% dijelaskan oleh variabel lain diantaranya motif agama (Yulianti, 2015),

moral dan aksestabilitas (Mirawati, 2017), faktor perilaku konsumen, ekuitas merek, dan bauran pemasaran jasa (Zainuddin, 2017).

3. Variabel kebutuhan secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh, kesimpulan ini diperoleh dari Tabel 4.16 dengan nilai Thitung sebesar $-0,342$ lebih kecil dari T_{tabel} sebesar $1,993$ dan sig. sebesar $0,734 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima.
4. Variabel lokasi secara parsial berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh, kesimpulan ini diperoleh dari Tabel 4.16 dengan nilai Thitung sebesar $2,701$ lebih besar dari T_{tabel} sebesar $1,993$ dan sig. sebesar $0,027 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak
5. Variabel informasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh, kesimpulan ini diperoleh dari Tabel 4.16 dengan nilai nilai Thitung sebesar $0,167$ lebih kecil dari T_{tabel} sebesar $1,993$ dan sig. sebesar $0,868 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima.

6. Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Banda Aceh, kesimpulan ini diperoleh dari Tabel 4.16 dengan nilai T_{hitung} sebesar 2,701 lebih besar dari T_{tabel} sebesar 1,993 dan sig, sebesar $0,09 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

5.2 Saran

Dalam penelitian ini tentunya masih ditemukan banyak kekurangan, baik keterbatasan waktu, keterbatasan data, dan keterbatasan penulisan dari penulis sendiri. Agar memperoleh hasil yang lebih baik dan lebih mendalam maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi pihak PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh, hendaknya lebih inovatif mensosialisasikan lagi tentang produk pembiayaan PT Bank BNI syariah Cabang Banda Aceh yang lebih luas kepada masyarakat khususnya masyarakat kota Banda Aceh agar pasar PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh lebih merata di kalangan masyarakat. Adanya hasil dari penelitian ini yaitu beberapa faktor yang berpengaruh terhadap masyarakat kota Banda Aceh dalam pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dapat menjadi acuan perumusan strategi pemasaran produk terutama pada faktor yang paling dominan yaitu kualitas pelayanan pada

PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh dapat dijaga dan lebih ditingkatkan guna memberikan kenyamanan dan memperoleh loyalitas masyarakat kota Banda Aceh dalam melakukan aktivitas perbankan di PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Kemudian menambah cabang kantor dan layanan ATM perbankan syariah sehingga lebih memudahkan nasabah maupun masyarakat kota Banda Aceh dalam mengakses PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah faktor-faktor dan variabel lain dengan syarat utama adalah hasil dari observasi awal penelitian sehingga hasil dapat lebih merumuskan faktor yang optimal untuk diteliti. Dan dalam kuesioner penelitian ini masih kurang sempurna dalam menggali informasi dari responden, maka dari itu diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat membuat pertanyaan yang lebih baik dan akurat sehingga hasil yang akan diperoleh akan lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, W. R. (2010). Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 11, Nomor 2*, 191-201.
- Amri, M. A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bank OCBC NISP Medan Dalam Pemilihan KPR Konvensional Dan Syariah. *At-Tawassuth, Vol. III, No. 2*, 379-398.
- Antara. (2018, Desember 14). Retrieved Desember 14, 2018, from www.antaraneews.com:
<https://www.antaraneews.com/berita/778031/bni-syariah-relokasi-kantor-cabang-banda-aceh>
- Arif, M. N. (2010). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arifin, Z. (2009). *Dasar-dasar manajemen bank syariah*. Tangerang: Azkia Publisher.
- Ascarya. (2017). *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aviza, C. D. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mitra dalam Memilih Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Berkash Madani Cimanggis Depok . *UIN Syarif Hidayatullah*, 1-105.
- Bodnar. (2000). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Danang, S. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika.
- Fahmi, I. (2014). *Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Fasilatul, L. (2015). Pengaruh Faktor Kebutuhan, Kelompok Referensi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembiayaan

Murabahah di KJKS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun Gresik. *UIN Sunan Ampel*, 1-119.

- George, B., & Hopwood, W. S. (2000). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- IBI. (2014). *Mengelola Kredit Secara Sehat Edisi Pertama*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ilyas, R. (2015). Konsep Masalah dalam Konsumsi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Volume 1 Nomor1*, 9-24.
- Ismail. (2017). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Janie. (2012). *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Jasfar, F. (2009). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kadir, A. (2002). *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kasmir. (2015). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kemenag. (2019, Juli 22). Retrieved Juli 22, 2019, from <https://quran.kemenag.go.id/>:
<https://quran.kemenag.go.id/index.php/halaman/157>
- Khairul Amri, I. Q., & Julianty. (2018). Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudera Ekonomi dan Bisnis, Vol.9, No 1*, 31-41.
- Khan, M. F. (2002). *Essays in Islamic Economic*. United Kingdom: The Islamic Foundation.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lemiyana. (2018). Pengaruh Produk terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah di Kota Palembang). *I-Finance Vol.4.No.1*, 31-43.
- Lupiyoadi, H. (2006). *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mirawati. (2018). Analisis Perilaku Nasabah terhadap Pembiayaan Murabahah. *Jurnal IMARA Volume 2, Nomor 1*, 62-71.
- Mohamad Isa Abd Jalil, R. Y., & Mahmud, R. (2015). Selection Factors of Customer towards Islamic and Conventional Home Financing: A Case Study in Johor, Malaysia. *Munich Personal RePEc Archive (MPRA)*, 1-15.
- Muhammad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasution, M. E. (2006). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Naviah, T. K. (2019). Pengaruh Label Syariah, Lokasi, dan Kebutuhan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah di Unit Layanan Modal Mikro (Ulam) Syariah PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Demak. *UIN Walisongo*, 1-96.
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nisa, C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiositas Nasabah terhadap Pengambilan Keputusan untuk Pembiayaan Mudharabah di BMT Nurul Jannah PT. Petrokimia Gresik. *UIN Sunan Ampel*, 1-93.
- Nur Fadhli Bassir, Z. Z., & Alfian, E. (2014). Factors Influencing The Adoption Of Islamic Home Financing In Malaysia. *University Of Malaya*, 1-25.

- OJK. (2018, September 10). Retrieved September 10, 2018, from <https://www.ojk.go.id/id/>:
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/default.aspx>
- Rambat Lupiyoadi, A. H. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Republika. (2019, Juni 24). Retrieved Juni 24, 2019, from www.republika.co.id:
<https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/18/12/14/pjpbho383-bni-syariah-akan-tambah-17-outlet-di-aceh-pada-2019>
- Rivai, V. (2010). *Islamic Banking*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sangadji. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sifachurromah. (2017). Pengaruh Kebutuhan Anggota, Promosi dan Informasi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA) di BMT Pahlawan Tulungagung. *IAIN Tulungagung*, 1-113.
- Sifachurromah. (2017). Pengaruh Kebutuhan Anggota, Promosi, dan Informasi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA) di BMT Pahlawan Tulungagung. *IAIN Tulungagung*, 1-113.
- Singarimbun, M. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3S.
- Sjahdeini, S. R. (2014). *Perbankan Syariah (Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya)*. Jakarta: Pranada Media Group.
- Suciati. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Muslim di Pasar kota Purwokerto. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 1-96.

- Sudjana. (2005). *Metode Statistika Edisi ke-6*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumitro, W. (2004). *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait BAMUI, Takaful dan Pasar Modal Syariah di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Sutabri, T. (2012). *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Umam, K. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Yulianti, R. (2015). Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis Vol. 2, No. 1*, 14-28.
- Yulianti, R. (2015). Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 14-28.
- Zulkifli Zainuddin, Y. H., & Rustiana, S. H. (2016). Analisis Faktor dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat). *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.1, No.1*, 1-12.
- Zulkifli, S. (2007). *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Jakarta: PT. Zikrul Hakim.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Profil responden:

Nama :

Alamat

- 
1. Jenis Kelamin:
- Laki-laki
 - Perempuan
2. Usia:
- <20 tahun
 - 21-30 tahun
 - 31-40 tahun
 - > 41 tahun
3. Status:
- Belum kawin
 - Kawin
 - Lainnya, tolong diisi.....
4. Pendidikan Terakhir:
- SD
 - SMP
 - SMU
 - D3
 - S1/S2/S3
 - Lainnya, tolong diisi.....
5. Pekerjaan
- Pelajar/Mahasiswa
 - Pegawai Negeri Sipil/Militer
 - Pegawai Swasta
 - Pengusaha
6. Pendapatan (Perbulan)
- < Rp. 2.000.000
 - Rp.2.000.000 - Rp.5.000.000
 - Rp.5.000.000 - Rp. 8.000.000
 - Rp.8.000.000 – Rp.11.000.000
 - >Rp 11.000.000
7. Pernah menjadi nasabah bank konvensional
- Pernah
 - Tidak Pernah

Pernyataan-pernyataan berikut adalah item-item mengenai Kuesioner Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Banda Aceh Dalam Pengambilan Produk Pembiayaan Pada PT BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Untuk itu mohon saudara/i memberi tanda *chek list* (√) pada setiap pernyataan berikut sesuai dengan jawaban anda dengan keterangan sebagai berikut:

Kebutuhan (X1)

No	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Kebutuhan produk pembiayaan bagi anda merupakan kebutuhan primer (<i>Dharuriyat</i>)					
2	Kebutuhan produk pembiayaan bagi anda merupakan kebutuhan sekunder (<i>Hajiyat</i>)					
3	Kebutuhan produk pembiayaan bagi anda merupakan kebutuhan tersier (<i>Tahsiniyat</i>)					

Lokasi (X2)

No	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Lokasi PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh memiliki akses jalur masuk dan keluar yang baik					
2	Lokasi PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dapat dilihat secara jelas dari tepi jalan.					
3	PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh memiliki tempat parkir yang luas dan aman.					
4	Lokasi PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh berada tepat di area lingkungan bisnis					

Informasi (X3)

No	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Informasi yang disampaikan PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh akurat					
2	Informasi yang disampaikan PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh tepat waktu					
3	Informasi yang disampaikan PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dapat diterima					

Kualitas Pelayanan (X4)

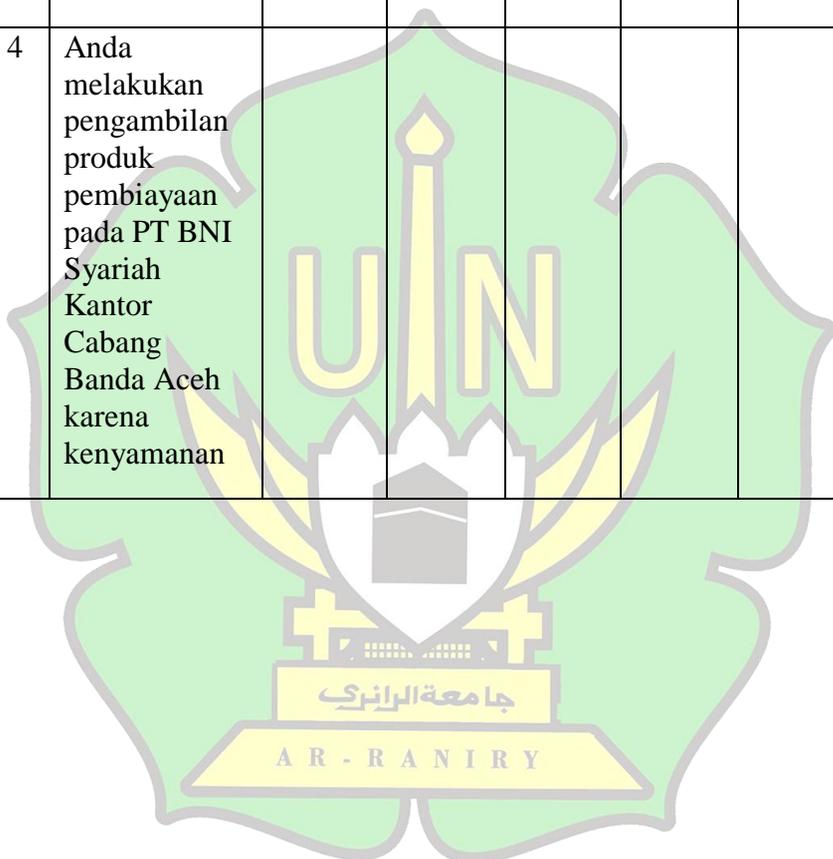
No	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Karyawan pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh merupakan karyawan yang handal					
2	Karyawan pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh merupakan karyawan yang tanggap					
3	Karyawan pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh memiliki pengetahuan atas produk yang disalurkan					

No	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
4	Karyawan pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh mengerti kebutuhan dan kesulitan nasabah					
5	Karyawan pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh memiliki sarana komunikasi yang baik dalam melayani nasabah					

Pengambilan Produk Pembiayaan (Y)

No	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Anda melakukan pengambilan produk pembiayaan pada PT Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh karena kebudayaan					
2	Anda melakukan pengambilan produk pembiayaan pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh karena keadaan social					
3	Anda melakukan pengambilan produk pembiayaan pada PT BNI					

	Syariah Kantor Cabang Banda Aceh karena sesuai dengan yang anda inginkan					
4	Anda melakukan pengambilan produk pembiayaan pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh karena kenyamanan					



LAMPIRAN

Lampiran II Tabulasi Data Karakteristik Responden

No	Karakteristik Reponden						
	1	2	3	4	5	6	7
1	1	2	2	5	4	2	1
2	2	1	2	5	4	2	2
3	2	1	2	5	4	2	2
4	2	1	2	3	1	4	2
5	1	2	1	5	2	4	1
6	1	1	2	3	1	2	2
7	1	3	1	5	1	3	2
8	2	2	1	5	2	2	2
9	1	3	1	5	3	4	1
10	1	3	1	5	2	4	1
11	1	2	1	5	3	2	2
12	1	3	1	5	4	3	1
13	1	2	1	5	3	2	1
14	1	2	2	5	3	2	2
15	2	1	2	5	1	1	2
16	2	1	2	3	1	1	2
17	2	1	2	3	1	1	2

18	2	1	2	3	1	1	2
19	2	1	2	3	1	1	2
20	2	1	2	3	1	1	2
21	2	1	2	3	1	2	2
22	2	1	2	3	1	1	2
23	1	1	2	3	1	1	1
24	2	1	2	3	1	1	1
25	2	1	2	3	1	1	2
26	2	1	2	3	1	1	2
27	2	1	2	3	1	1	2
28	2	1	2	3	1	1	2
29	2	1	2	3	1	1	1
30	2	1	2	3	1	1	2
31	2	1	2	3	1	1	2
32	1	1	2	5	1	1	2
33	2	1	2	3	1	1	2
34	2	1	2	3	1	1	2
35	2	1	2	3	1	1	2
36	2	1	2	3	1	1	2
37	2	1	2	3	1	1	2
38	2	1	2	3	1	1	2

39	2	1	2	3	1	1	2
40	1	2	1	5	3	1	1
41	2	2	1	5	4	2	1
42	2	1	2	3	1	1	2
43	2	1	2	3	1	1	1
44	1	1	2	3	1	1	2
45	1	2	1	5	4	3	1
46	2	1	2	5	3	2	1
47	2	1	2	5	1	1	2
48	1	2	1	5	3	2	2
49	1	2	1	5	2	4	1
50	1	2	1	5	2	3	2
51	1	2	1	3	3	3	2
52	1	3	1	5	4	4	1
53	2	2	1	4	4	4	1
54	1	1	2	3	4	1	2
55	2	1	2	4	4	2	2
56	2	1	2	3	4	2	1
57	1	1	2	4	2	2	2
58	2	2	1	5	2	3	1
59	2	1	2	3	3	2	2

60	2	1	2	3	3	1	2
61	1	2	1	5	4	2	1
62	1	2	1	5	2	4	1
63	1	2	1	3	4	3	1
64	1	3	1	5	4	3	2
65	2	2	1	3	2	4	1
66	2	3	1	3	2	3	2
67	1	2	2	5	4	4	1
68	2	3	1	3	2	3	2
69	1	2	1	5	2	4	1
70	2	2	1	3	3	3	2
71	1	3	1	5	2	3	1
72	1	2	2	3	4	4	1
73	1	2	2	3	4	4	1
74	2	3	1	5	2	3	1
75	1	2	1	5	2	4	1
76	1	2	1	3	4	4	1
77	1	2	1	5	4	4	1

LAMPIRAN

Lampiran III Tabulasi Data Persepsi Responden

No	X1			X2					X3			X4					Y1			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
1	5	1	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	
5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	2	2	1	2	2	3	3	4	4	
6	1	5	2	4	4	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
8	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	3	4	4	1	1	1	1	
9	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	
10	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
12	4	2	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	
13	5	5	5	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	
14	5	5	5	3	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
16	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
17	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	
18	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	
19	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	
20	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	
21	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	
22	5	5	4	4	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	
23	5	4	5	3	5	1	3	3	3	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	
24	1	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
25	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	
26	3	3	3	3	5	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	
27	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
28	5	5	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	
29	5	5	5	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	4	
30	5	5	5	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
31	5	5	5	3	5	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
32	5	5	5	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	
33	3	3	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	
34	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
35	5	4	4	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	5	3	3	3	
36	5	4	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	
37	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
39	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	
40	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	

42	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	4	3
45	5	5	5	5	5	3	4	3	3	5	3	3	4	2	3	5	3	4
46	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
47	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5
48	5	4	4	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
49	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	2	5	5	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	5	5	4	4	4	5	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4
54	5	4	5	5	5	5	1	5	5	3	5	3	5	4	4	4	4	5
55	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3
56	5	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	4	5	3	4
57	5	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	5	3	4
58	5	5	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	5	2	3
59	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5
60	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4
62	3	1	4	3	4	4	2	4	2	2	3	4	3	2	4	2	4	4
63	3	3	4	2	3	2	1	2	3	5	4	2	4	2	2	3	2	5
64	2	3	3	2	4	2	4	2	4	4	3	2	4	5	3	2	3	4
65	4	3	2	2	3	1	2	4	5	2	4	2	4	3	5	1	3	3
66	4	2	3	1	2	1	3	4	2	3	4	3	4	5	3	4	3	4
67	4	3	4	4	2	1	2	4	2	4	5	3	5	2	3	3	4	3
68	3	4	3	1	2	1	3	5	5	3	2	3	2	3	2	4	3	5
69	4	3	2	1	3	1	4	4	3	2	5	4	5	3	4	3	2	4
70	3	3	4	2	1	3	2	4	3	2	5	2	4	2	3	3	4	4
71	4	3	2	5	2	3	4	2	5	3	4	2	2	3	2	4	3	4
72	4	2	3	3	5	2	3	4	2	4	3	2	4	3	2	4	2	3
73	4	4	3	4	2	3	4	3	2	3	3	3	4	1	3	4	3	2
74	3	4	2	4	2	3	2	4	4	3	4	3	4	5	3	5	4	4
75	4	3	2	4	3	3	2	4	2	3	3	2	2	5	3	4	1	4
76	3	4	2	3	4	2	4	2	3	4	3	2	4	5	3	4	4	5
77	4	3	2	5	2	4	3	2	5	3	2	3	4	1	3	4	2	2

LAMPIRAN

Lampiran IV Hasil Output Menggunakan SPSS Versi 23

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kebutuhan (X1)	77	7	20	17,12	3,195
Lokasi (X2)	77	6	20	14,62	3,638
Informasi (X3)	77	6	15	11,04	2,479
Kualitas Pelayanan (X4)	77	9	25	18,44	3,796
Pengambilan Produk Pembiayaan PT Bank BNI Syariah (Y)	77	4	20	14,86	3,090
Valid N (listwise)	77				

2. Hasil Uji Validitas

Correlations					
		X1 1	X1 2	X1 3	Total Variabel Kebutuhan
X1 1	Pearson Correlation	1	,315**	,444**	,744**
	Sig. (2-tailed)		,005	,000	,000
	N	77	77	77	77
X1 2	Pearson Correlation	,315**	1	,550**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,005		,000	,000
	N	77	77	77	77
X1 3	Pearson Correlation	,444**	,550**	1	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	77	77	77	77
Total Variabel Kebutuhan	Pearson Correlation	,744**	,784**	,842**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	77	77	77	77

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

Correlations

		X2 1	X2 2	X2 3	X2 4	Total Variabel Lokasi
X2 1	Pearson Correlation	1	,528**	,689**	,512**	,843**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77
X2 2	Pearson Correlation	,528**	1	,452**	,581**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77
X2 3	Pearson Correlation	,689**	,452**	1	,520**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	77	77	77	77	77
X2 4	Pearson Correlation	,512**	,581**	,520**	1	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	77	77	77	77	77
Total Variabel Lokasi	Pearson Correlation	,843**	,778**	,831**	,797**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	77	77	77	77	77

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

Correlations

		X3 1	X3 2	X3 3	Total Variabel Informasi
X3 1	Pearson Correlation	1	,566**	,508**	,817**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	77	77	77	77
X3 2	Pearson Correlation	,566**	1	,583**	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	77	77	77	77
X3 3	Pearson Correlation	,508**	,583**	1	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	77	77	77	77
Total Variabel Informasi	Pearson Correlation	,817**	,864**	,831**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	77	77	77	77

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

Correlations

		X4 1	X4 2	X4 3	X4 4	X4 5	Total Variabel Kualitas Pelayanan
X4 1	Pearson Correlation	1	,630**	,754**	,517**	,672**	,841**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77
X4 2	Pearson Correlation	,630**	1	,610**	,565**	,815**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77
X4 3	Pearson Correlation	,754**	,610**	1	,485**	,643**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77
X4 4	Pearson Correlation	,517**	,565**	,485**	1	,593**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77
X4 5	Pearson Correlation	,672**	,815**	,643**	,593**	1	,887**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	77	77	77	77	77	77
Total Variabel Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,841**	,863**	,823**	,775**	,887**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	77	77	77	77	77	77

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Total Pengambilan Produk Pembiayaan PT BNI Syariah
Y1	Pearson Correlation	1	,468**	,341**	,393**	,695**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000	,000
	N	77	77	77	77	77
Y2	Pearson Correlation	,468**	1	,639**	,686**	,876**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77
Y3	Pearson Correlation	,341**	,639**	1	,580**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,000
	N	77	77	77	77	77
Y4	Pearson Correlation	,393**	,686**	,580**	1	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	77	77	77	77	77
Total Pengambilan Produk Pembiayaan PT BNI Syariah	Pearson Correlation	,695**	,876**	,800**	,825**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	77	77	77	77	77

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

3. Hasil Uji Reliabilitas

a. Kebutuhan (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	77	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	77	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,699	3

- b. Lokasi (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	77	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	77	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,828	4

- c. Informasi (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	77	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	77	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	3

d. Kualitas Pelayanan (X4)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	77	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	77	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,889	5

e. Pengambilan Produk Pembiayaan PT Bank BNI Syariah

Case Processing Summary

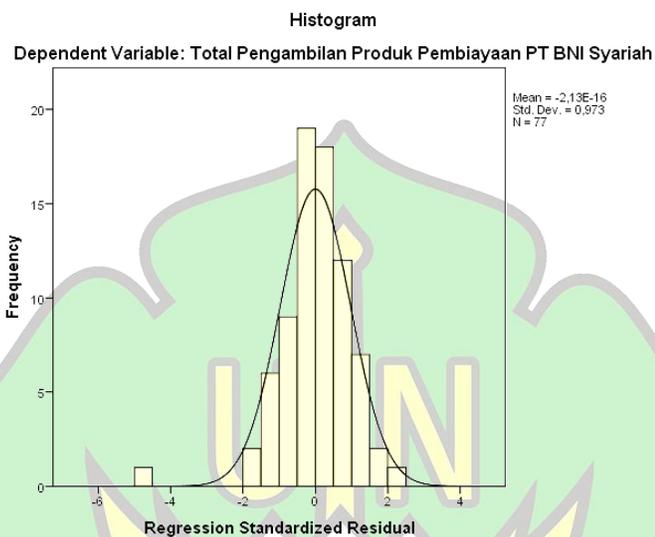
		N	%
Cases	Valid	77	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	77	100,0

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

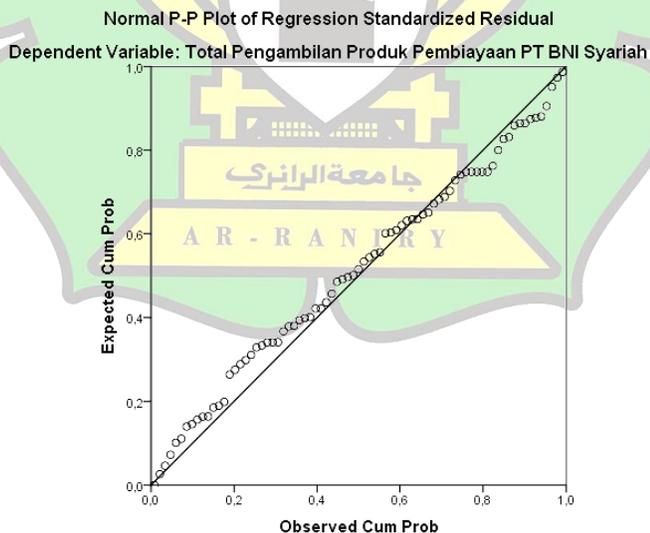
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,810	4

4. Uji Normalitas
a. Analisis Grafik



b. P-P Plot



c. Analisis Statistik

Tabel 4.11
Uji Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,48355867
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,064
	Negative	-,078
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

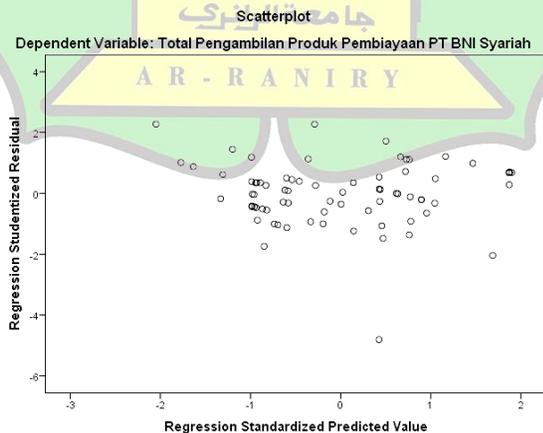
5. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Total Variabel Kebutuhan	,616	1,624
	Total Variabel Lokasi	,491	2,037
	Total Variabel Informasi	,377	2,654
	Total Variabel Kualitas		
	Pelayanan	,446	2,243

a. Dependent Variable: Total Pengambilan Produk Pembiayaan PT BNI Syariah

6. Uji Heteroskedastisitas



7. Uji R (Koefisien Korelasi)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,596 ^a	,355	,319	2,550	2,180

a. Predictors: (Constant), Total Variabel Kualitas Pelayanan, Total Variabel Kebutuhan, Total Variabel Lokasi, Total Variabel Informasi

b. Dependent Variable: Total Pengambilan Produk Pembiayaan PT BNI Syariah

8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,603	1,746		3,210	,002
Total Variabel Kebutuhan	-,051	,148	-,041	-,342	,734
Total Variabel Lokasi	,259	,115	,305	2,259	,027
Total Variabel Informasi	,032	,192	,026	,167	,868
Total Variabel Kualitas Pelayanan	,312	,115	,383	2,701	,009

a. Dependent Variable: Total Pengambilan Produk Pembiayaan PT BNI Syariah

9. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	257,344	4	64,336	9,896	,000 ^b
Residual	468,084	72	6,501		
Total	725,429	76			

a. Dependent Variable: Total Pengambilan Produk Pembiayaan PT BNI Syariah

b. Predictors: (Constant), Total Variabel Kualitas Pelayanan, Total Variabel Kebutuhan, Total Variabel Lokasi, Total Variabel Informasi

10. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,603	1,746		3,210	,002
Total Variabel Kebutuhan	-,051	,148	-,041	-,342	,734
Total Variabel Lokasi	,259	,115	,305	2,259	,027
Total Variabel Informasi	,032	,192	,026	,167	,868
Total Variabel Kualitas Pelayanan	,312	,115	,383	2,701	,009

a. Dependent Variable: Total Pengambilan Produk Pembiayaan PT BNI Syariah

11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,596 ^a	,355	,319	2,550	2,180

a. Predictors: (Constant), Total Variabel Kualitas Pelayanan, Total Variabel Kebutuhan, Total Variabel Lokasi, Total Variabel Informasi

b. Dependent Variable: Total Pengambilan Produk Pembiayaan PT BNI Syariah



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Bayu Pratama Putra

Tempat, Tanggal lahir : Banda Aceh, 10 September 1997

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan/ NIM : Mahasiswa/ 150603059

Agama : Islam

Kebangsaan : Indonesia

Nomor kontak : 08126327725

E-Mail : Bayupratamaputra398@gmail.com

Alamat : Jurong Bay Pass Kelurahan Cot Bau
Kecamatan Sukajaya Sabang

Riwayat Pendidikan

SD : MIN Sabang (2003-2009)

SMP : MTsN Sabang (2009-2012)

SMA : SMAN 1 Sabang (2012-2015)

Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi Perbankan Syariah

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
(2015-2019)