

SKRIPSI

**PENGARUH PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH (STUDI PT. BANK ACEH
SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU
DARUSSALAM)**



Disusun Oleh:

**Muhammad Ilham
NIM. 170603236**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022M / 1444H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Muhammad Ilham

NIM : 170603236

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

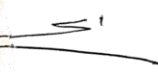
- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.



Banda Aceh, 23 September 2022
Yang Menyatakan,


Muhammad Ilham

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:

Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah (Studi PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam)

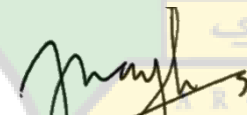
Disusun Oleh:

Muhammad Ilham
NIM. 170603236

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 Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

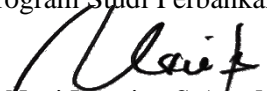


Inayatillah, MA, Ek
NIP. 198208042014032002



Akmal Riza. SE.,M. Si
NIDN. 2002028402

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



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

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

Muhammad Ilham

NIM: 170603236

Dengan Judul:

PENGARUH PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH (STUDI PT. BANK ACEH SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU DARUSSALAM)

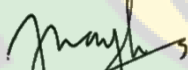
Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi S1 dalam bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 29 Desember 2022 M
5 Jumadil Akhir 1444 H

Banda Aceh

Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,



Inayatillah, MA, Ek

NIP. 198208042014032002

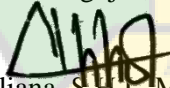
Sekretaris,



Akmal Riza, SE., M. Si

NIDN. 2002028402

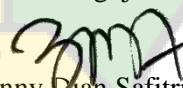
Penguji I,



Isnaliana, S.H.I., M.A.

NIDN. 20290990003

Penguji II,



Winny Dian Safitri, M.Si

NIP. 199005242022032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Banda Aceh





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

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

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

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Ilham
NIM : 170603236
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : baamjons@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 KKKU Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah (Studi PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 28 Desember 2022

Mengetahui,

Penulis

Muhammad Ilham
NIM. 170603236

Pembimbing I

Inayatillah, M.A.Ek
NIP. 198208042014032002

Pembimbing II

Akmal Riza, SE., M. Si
NIDN. 2002028402

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

“Obat hati ada dua cara, yang pertama jangan suka memanjakan diri sendiri dan yang kedua selalu lihatlah ke bawah”

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua, keluarga, sahabat, dan semua pihak yang telah bertanya “kapan sidang?”. Kalian adalah alasan saya segera menyelesaikan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR



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

Shalawat dan salam penulis sanjungkan kepangkuan nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau yang telah memberikan pencerahan bagi kita sehingga dapat merasakan nikmatnya iman dan islam, serta nikmat kemuliaan dalam ilmu pengetahuan. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis banyak menemui hambatan dan kesulitan. Namun, berkat bimbingan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis pada kesempatan ini ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag., M.Ag dan Inayatillah, MA. Ek selaku Ketua dan sekretaris program studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Serta Mukhlis, SH.I.,S.E, M.H., selaku staff akademik yang telah banyak membantu.

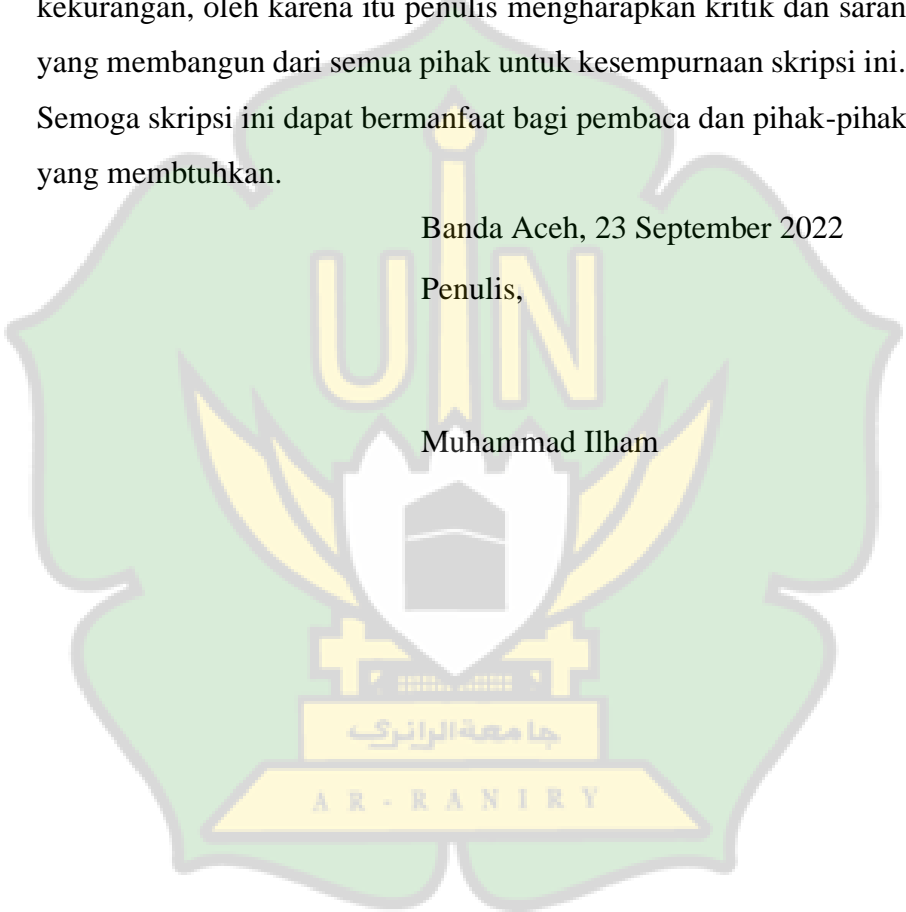
3. Hafizh Maulana, Sp., S.Hi., ME selaku ketua laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Inayatillah, MA. Ek selaku pembimbing I dan Akmal Riza, SE., M.Si selaku pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu, pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
5. Isnaliana, S.H.I., M.A. dan Winny Dian Safitri, M.Si sebagai penguji I dan II yang telah memberikan bimbingan, saran, dan ilmunya untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku penasehat akademik dan seluruh dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Penghargaan yang paling spesial penulis persembahkan kepada Ayahanda Misfandi, SE., Ibunda Luci Andriana, Amd.Kep yang telah membesarkan, memberikan kasih sayang, cinta, motivasi dan doa yang tiada hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memperoleh gelar sarjana. Dan juga Adik-Adik tercinta Muhammad Waliul Mufti dan Asyura Sakhi.
8. Teman terbaik saya Fajri Ramadhan, Dhea Navisha, Ricky Suhendra, Nurhalim Habibie dan teman-teman seangkatan terutama Prodi Perbankan Syariah yang selalu memberikan semangat, motivasi dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Banda Aceh, 23 September 2022

Penulis,

Muhammad Ilham



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	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>Fathah</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>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

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
يَ / اَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ / اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ / اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

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

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati 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 الْأَطْفَانِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/
alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Ṭalḥah*

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 : Muhammad Ilham
Nim : 170603236
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah (*Studi PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam*)
Pembimbing I : Inayatillah, M.A.Ek
Pembimbing II : Akmal Riza. SE.,M. Si

Keputusan menabung untuk memenuhi salah satu pilihan dalam menggunakan perbankan syariah cukup untuk mengenal banknya dan pengaruh terhadap tempat dan kualitas bank tersebut. Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan menabung pada PT Bank Aceh kantor cabang pembantu Darussalam baik secara simultan maupun parsial. Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik *random sampling* bersumber dari data primer (kuesioner) yang dikumpulkan dan dianalisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS vers. 23. Berdasarkan hasil uji baik secara simultan maupun parsial bahwa variabel pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Aceh.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keputusan nasabah*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN SIDANG MUANAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	6
1.5 Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Keputusan Pembelian	8
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	8
2.1.2 Indikator Pengambilan Keputusan	9
2.2 Pelayanan.....	12
2.2.1 Pengertian Pelayanan	12
2.2.2 Jenis Pelayanan.....	13
2.2.3 Etika Pelayanan	14
2.2.4 Indikator Pelayanan.....	15
2.3 Lokasi.....	16
2.3.1 Pengertian Lokasi	16
2.3.2 Tujuan Lokasi.....	17
2.3.3 Penentuan Lokasi (Indikator Variabel)	18

2.4 Penelitian Terkait.....	19
2.5 Kerangka Pemikiran	23
2.6 Hipotesis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Lokasi Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel.....	26
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	27
3.4.2 Field Research	28
3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	28
3.5.1 Variabel Penelitian	28
3.5.2 Operasionalisasi Variabel.....	28
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	30
3.6.1 Editing	30
3.6.2 Scoring.....	30
3.6.3 Tabulating.....	30
3.7 Uji Keabsahan Data	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.8 Uji Asumsi Klasik	31
3.8.1 Uji Normalitas	31
3.8.2 Uji Multikolinearitas	32
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	33
3.9 Metode Analisis Data	33
3.10 Pembuktian Hipotesis.....	33
3.10.1 Uji Parsial.....	34
3.10.2 Uji Simultan	34
3.11 Koefisien Determinasi (R^2)	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Uji Keakuratan Responden.....	36
4.1.1 Uji Validitas	36
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	37

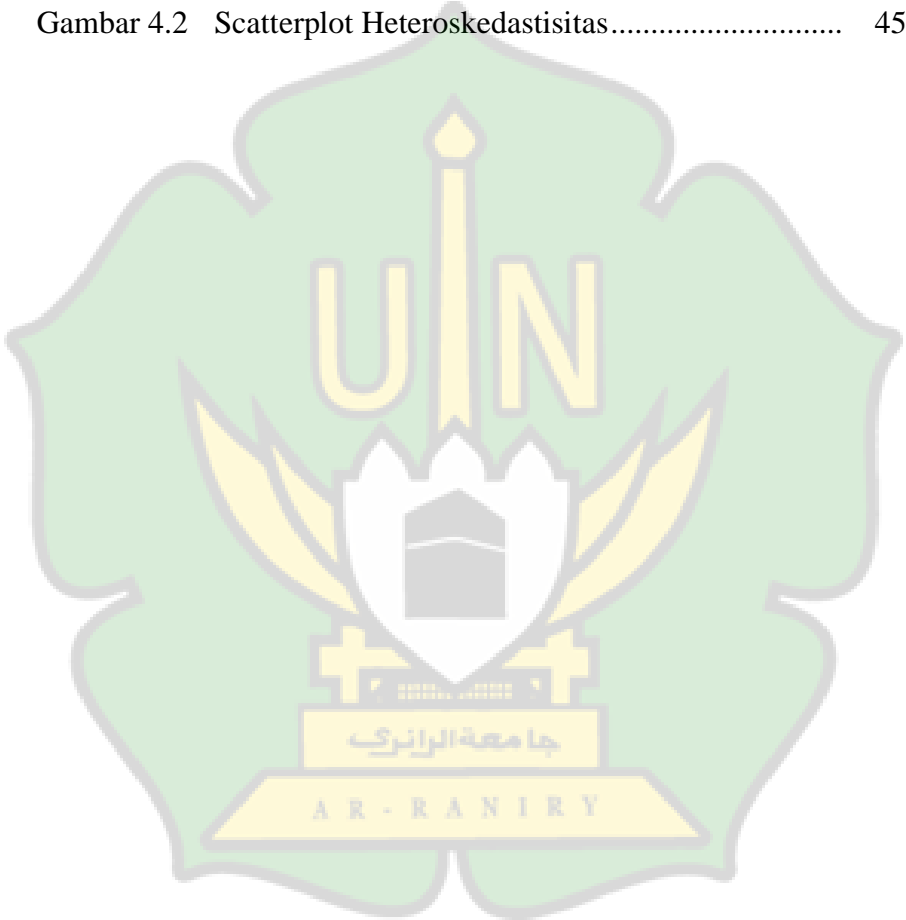
4.2 Analisis Deskriptif.....	38
4.2.1 Karakteristik Responden	38
4.2.2 Distribusi Frekuensi Variabel.....	41
4.3 Uji Asumsi Klasik	44
4.3.1 Uji Normalitas	44
4.3.2 Uji Multikolinearitas	45
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	46
4.4 Regresi Linear Berganda	47
4.5 Uji Hipotesis	48
4.5.1 Uji Parsial.....	48
4.5.2 Uji Serempak.....	49
4.6 Koefisien Determinasi (R^2)	50
4.7 Pembahasan.....	51
4.7.1 Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Aceh	51
4.7.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank.....	74
4.7.3 Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Pucudcj.Bank.Aceh.....	53
BAB V PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	28
Tabel 4.1	Uji Validitas.....	35
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	38
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menjadi Nasabah	40
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan (X1)	40
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi (X2).....	41
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Nasabah (Y).....	42
Tabel 4.11	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	43
Tabel 4.12	Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4.13	Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.14	Analisis Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Secara Parsial	47
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Secara Simultan.....	48
Tabel 4.17	Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan Kantor Bank Syariah	1
Gambar 1.2	Nasabah Pada Bank Aceh KCP Darussalam	4
Gambar 2.6	Skema kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1	Plot Normalitas	43
Gambar 4.2	Scatterplot Heteroskedastisitas	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 2	Identitas Responden.....	57
Lampiran 3	Hasil Tabulasi Jawaban Responden.....	61
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas	63
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	64
Lampiran 7	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	66



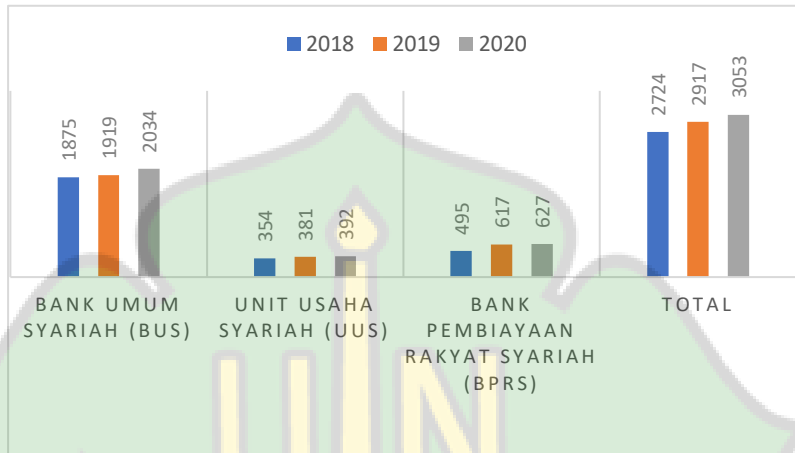
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, bank syariah terkenal di mulai sejak tahun 1997 saat terjadinya krisis moneter. Dengan adanya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan secara tegas telah membuka peluang kegiatan usaha perbankan yang memiliki dasar operasional bagi hasil yang secara rinci dijelaskan dalam peraturan pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang Bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Pada Tahun 1998, dikeluarkanlah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 sebagai amandemen dari UU Nomor 72/1992 tentang perbankan yang memberikan landasan hukum yang lebih kuat bagi kesadaran sistem perbankan syariah. Pada tahun 1999 dikeluarkan lagi Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia untuk dapat menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip syariah. Terjadinya krisis moneter membawa dampak positif bagi pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia karena kenyataannya menunjukkan bank yang beroperasi dengan prinsip syariah dapat bertahan ditengah kacaunya nilai tukar dan tingkat suku bunga yang tinggi pada saat itu di Indonesia (Hanum, 2014).

Gambar 1.1
Perkembangan Jaringan Kantor Bank Syariah Tahun
2018-2020



Sumber : Statistik Perkembangan Perbankan Syariah 2020, OJK

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah jaringan kantor bank syariah di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya selama tiga tahun terakhir. Dengan bertambahnya jumlah jaringan kantor di seluruh Indonesia tentunya bank syariah akan lebih mudah dijangkau oleh masyarakat dan membuat masyarakat lebih selektif dalam memilih Bank mengingat banyaknya pilihan yang tersedia. Hal ini tentunya akan berdampak pada meningkatnya persaingan antar Bank Syariah dalam upaya mendapatkan nasabah.

Perbankan syariah di Aceh dimulai sejak didirikannya sebuah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) pada tahun 1991 yaitu BPRS Hareukat Lambaro di Aceh besar. Pendirian BPRS tersebut hampir bersamaan dengan didirikannya bank syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang juga

didirikan pada tahun 1991 sehingga provinsi Aceh dapat dikatakan sebagai salah satu daerah di Indonesia yang pertama kali mencetuskan perbankan dengan sistem syariah (Khalidi, 2016).

Di Aceh saat ini, telah ditetapkan peraturan dari Pemerintah di mana Perbankan yang berada di kawasan Aceh wajib mengikuti sistem Syariah. Nasabah pun diwajibkan untuk mengkonversikan buku tabungannya mengikuti peraturan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Jika ada nasabah yang tidak mengkonversikan buku tabungannya, maka untuk sementara rekeningnya tidak dapat digunakan hingga nasabah tersebut mengkonversikan buku tabungan ke dalam bentuk syariah.

Pada tahun 2015 salah satu bank syariah yang ada di Aceh pada saat itu hanya Bank Aceh Syariah (BAS) sebelumnya hanya BMI dan BSM yang hadir di Aceh. Bank Aceh salah satu Bank daerah yang berguna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di Aceh. Bank Aceh Syariah berpusat di kota Banda Aceh, didirikan pada tahun 1973 dengan nama PT Bank Pembangunan Daerah Aceh (PT BPD Aceh). Bank Aceh pada awalnya menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional, namun pada tahun 2016 Bank Aceh Syariah resmi menjalankan segala kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah secara menyeluruh (Bank Aceh, 2019).

Bank Aceh Kantor Cabang Pembantu (KCP) Darussalam dapat dikatakan sebagai bank yang mempunyai daya tarik cukup tinggi mengenai lokasi, walaupun jumlah penduduk tidak terlalu

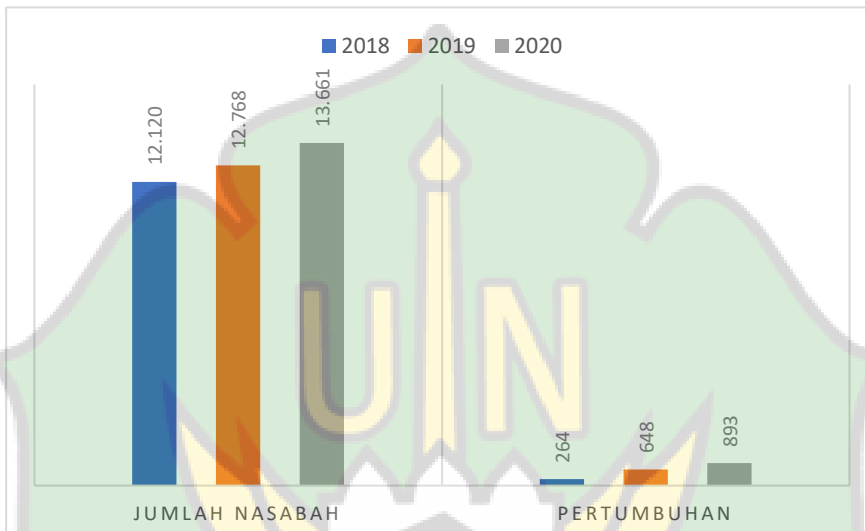
ramai, namun kebutuhan bagi warga pelajar mahasiswa dan para pendidik berpusat di Darussalam Banda Aceh. Persaingan yang terjadi antar bank yang juga berada di sekitar Darussalam mengharuskan Bank Aceh KCP Darussalam untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan cara yang lebih efektif dan efisien serta memberikan pelayanan yang terbaik dengan mengutamakan kepuasan nasabah. Kepuasan merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern. Persaingan hanya dapat dimenangkan oleh perusahaan yang mampu menciptakan dan mempertahankan nasabahnya. Kuncinya terletak pada kemampuan memahami perilaku konsumen secara menyeluruh (Tjiptono, 2015:46).

Pengambilan keputusan nasabah menggunakan suatu produk atau jasa tentunya dipengaruhi oleh perilaku seorang konsumen (Riza, dkk 2021). Menurut Tjiptono dan Diana (2016;56) perilaku konsumen merupakan semua keputusan konsumen baik secara individu, kelompok, atau organisasi dalam hal pembelian dan proses-proses yang mereka gunakan untuk menyeleksi, mendapatkan, memakai, serta menghentikan pemakaian produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan mereka.

Keputusan akan kepuasan dan kebutuhan transaksi pendidikan inilah yang menjadi warga memilih untuk menggunakan jasa bank Aceh KCP Darussalam maupun bank lain tergantung pada nasabah itu sendiri. Pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah nasabah pada

Bank Aceh KCP Darussalam yang setiap tahunnya memiliki peningkatan.

Gambar 1.2
Nasabah Pada Bank Aceh KCP Darussalam Periode 2018-2020



Sumber: PT. Bank Aceh Syariah (2021)

Dapat dilihat dari tahun 2018 terjadi peningkatan sebesar 2,23% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2019 terjadi peningkatan sebesar 5,34% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2020 juga mengalami peningkatan jumlah nasabah sebesar 6,58%. Terjadinya peningkatan jumlah nasabah pada Bank Aceh tersebut tentunya terjadi atas dasar penerapan nilai-nilai syariah dan kualitas pelayanan yang menjadi tolak ukur tingkat kepuasan nasabah. Sebagaimana yang sering kita ketahui dari masyarakat sekitar bahwa masih banyak nasabah yang ragu-ragu akan bank syariah dan sulit membedakannya setelah dikonversikan. Sebagian masyarakat beranggapan bahwa bank syariah hanya berganti label saja

sedangkan praktiknya sama dengan bank konvensional, hal ini anggapan sebagian masyarakat dalam kenyataan yang sering terjadi di lapangan (Hadi, 2019).

Pelayanan salah satu faktor yang berpengaruh kepada keputusan nasabah dalam memilih atau menabung pada sebuah bank. Kualitas pelayanan merupakan kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing di perbankan saat ini adanya perbedaan kriteria pemilihan bank oleh nasabah maka akan dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan kualitas dalam pelayanan dan melakukan inovasi secara terus menerus (Achmad, 2012).

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang baik bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan tergantung pada kepuasan pelanggannya (Nova, 2011:4). Semakin tinggi kualitas pelayanan terhadap suatu bank dapat dipersepsikan maka meningkatnya kepuasan konsumen terhadap suatu bank tersebut. Sangat erat kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen atau nasabah terhadap suatu bank, sehingga memungkinkan bank tersebut dapat memahami harapan dan kebutuhan, yang pada akhirnya akan menciptakan kesetiaan (*loyalty*) pada bank tersebut (Olyvia, 2010).

Adapun literatur yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan Nopitasari, (2017) menemukan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan Bank Syariah. Kemudian penelitian Diana, (2017) menemukan variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap

keputusan anggota Penabung di BMT Bina Ummat Sejahtera Kalijambe.

Selain pelayanan, lokasi juga memiliki peranan penting terhadap sumbangsih bertambahnya nasabah di suatu bank. Menurut Firdiansyah, (2017) lokasi salah satu tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha. Lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menabung pada bank Aceh KCP Darussalam, dikarenakan oleh kedekatan antara rumah, kantor, tempat usaha, dan kegiatan sehari-hari nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang, tata ruang yang tenang sehingga membuat nasabah menjadi nyaman, penelitian ini sejalan dengan Tjiptono, (2006).

Penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Putribasutami dan Paramita, (2018) menemukan lokasi berpengaruh terhadap keputusan menabung di Ponorogo bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung pada Bank Syariah. Berdasarkan permasalahan dan fenomena di atas, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan judul **“Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah (Studi PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam)”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam untuk menjadi nasabah Bank Aceh KCP Darussalam?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam untuk menjadi Nasabah Bank Aceh KCP Darussalam?
3. Apakah pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam untuk menjadi Nasabah Bank Aceh KCP Darussalam?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pelayanan berpengaruh terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam untuk menjadi Nasabah Bank Aceh KCP Darussalam?
2. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam untuk menjadi Nasabah Bank Aceh KCP Darussalam?
3. Untuk mengetahui pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam untuk menjadi Nasabah Bank Aceh KCP Darussalam?

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk Menambah serta mengembangkan ilmu dan pengetahuan mengenai pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam untuk menjadi Nasabah Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian diharapkan dapat membawa wawasan dibidang Perbankan khususnya Perbankan Syariah. Serta dapat menjadi bahan pembelajaran dan dapat menambah pengetahuan tentang pelayanan dan lokasi terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam untuk menjadi Nasabah Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

3. Bagi Perbankan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebuah referensi dan informasi bagi perbankan dalam mengetahui tentang pelayanan dan lokasi terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam untuk menjadi Nasabah Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

1.5 Sistematika Pembahasan

Agar penulisan dalam penelitian ini mudah untuk dipahami, maka dalam penulisan ini terdiri atas sub bab, dimana terdapat lima garis besar pembahasan diantaranya:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menyajikan latar belakang masalah sebagai landasan pembahasan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang landasan teori mencakup mengenai teori-teori yang berkenaan dalam pelaksanaan penelitian ini. Bab ini juga menguraikan serta menjelaskan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan pada penelitian yang akan dilakukan dan selanjutnya yaitu berisi kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menjelaskan jenis dan metode-metode penelitian yang digunakan yang berisi tentang pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data berupa alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang dilakukan sesuai dengan alat analisis yang digunakan. Dalam bab ini, peneliti mencoba menguraikan hasil penelitiannya, apakah sama dengan penelitian pendahulu, atau mungkin berbeda.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab terakhir ini berisikan kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya. Peneliti juga menyampaikan beberapa kekurangan di dalam penelitian yang dilakukan demi memudahkan kelengkapan suatu studi analisis yang mungkin akan dilakukan di masa yang akan datang.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Keputusan

2.1.1 Pengertian Keputusan

Menurut Fahmi (2013:2) keputusan dapat diartikan sebagai proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah hingga terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. Sedangkan keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atas suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan.

Menurut Sutisna (2002:15) keputusan adalah keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Keputusan merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Assauri, 2010).

Adapun menurut Alma (2013:96) keputusan adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *pople* dan *process*. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen

untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) dalam Permana (2016) keputusan merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan atau dalam perbankan dikenal istilah keputusan nasabah adalah sesuatu yang diputuskan oleh nasabah untuk memilih dalam menggunakan suatu barang atau jasa. Hal ini dilihat berdasarkan kebutuhan dan keinginan nasabah itu sendiri yaitu setelah mengalami serangkaian proses yang dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan pilihan yang menyebabkan timbulnya keputusan.

2.1.2 Indikator Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler dan Keller (2009:235-238), proses pengambilan keputusan tersebut merupakan sebuah pendekatan masalah yang terdiri dari lima tahap yaitu sebagai berikut:

a) Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.

b) Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya ke dalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level ini, orang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya orang itu mungkin mulai aktif mencari informasi: mencari bahan bacaan, menelpon teman dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu.

c) Evaluasi Alternatif

Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan dengan kemampuan yang berbeda-beda.

d) Keputusan

Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merk-merk yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam beberapa kasus, konsumen bisa mengambil untuk tidak secara formal mengevaluasi setiap

merk. Dalam kasus lain, faktor-faktor yang mengintervensi dapat mempengaruhi keputusan final.

e) Perilaku Pasca Pengambilan Keputusan

Setelah mengambil keputusan, konsumen mungkin mengalami ketidakesesuaian karena memperhatikan fitur-fitur tertentu yang mengganggu atau mendengar hal-hal yang menyenangkan tentang merk lain dan akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung kepuasaannya. Tugas pemasar tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian. Pemasar harus memantau kepuasan pasca pengambilan keputusan, tindakan pasca pengambilan keputusan, dan pemakaian produk pasca pengambilan keputusan.

Adapun menurut Tjiptono dan Diana (2016:64-76) ada lima tahap proses keputusan oleh konsumen akhir yaitu sebagai berikut:

- a) Identifikasi Kebutuhan, proses pembelian diawali ketika seseorang mendapatkan stimulus (pikiran, tindakan atau motivasi) yang mendorong dirinya untuk mempertimbangkan pembelian barang atau jasa tertentu. Stimulus mempengaruhi kebutuhan seseorang akan produk atau jasa tertentu. Seorang konsumen akan merasakan kebutuhan untuk membeli suatu produk atau jasa pada situasi “*shortage*” (kebutuhan yang timbul karena konsumen tidak memiliki produk atau jasa tertentu) maupun “*unfulfilled*

desire” (kebutuhan yang timbul karena ketidakpuasan pelanggan terhadap produk atau jasa saat ini).

- b) Pencarian Informasi, pencarian informasi dilakukan secara pasif dan proaktif. Dalam pencarian internal (pasif), konsumen mengakses dan mengandalkan memorinya berkenaan dengan informasi-informasi relevan menyangkut produk atau jasa yang sedang dipertimbangkan untuk dibeli. Sedangkan dalam pencarian eksternal (proaktif), konsumen mengumpulkan informasi-informasi baru melalui sumber-sumber lain selain pengalaman sendiri misalnya bertanya kepada teman, membaca koran atau majalah, mem-browsing portal dan situs-situs perusahaan di internet, melakukan window shopping, mencari informasi via media sosial dan seterusnya.
- c) Evaluasi alternatif, setelah terkumpul berbagai alternatif solusi, konsumen kemudian mengevaluasi dan menyeleksi untuk menentukan pilihan akhir. Proses evaluasi bisa sistematis (menggunakan serangkaian langkah formal, seperti model multi- 32 atribut), bisa pula non-sistematis (memilih secara acak atau semata-mata mengandalkan intuisi).
- d) Pembelian dan konsumsi, salah satu perbedaan fundamental antara pembelian barang dan pembelian jasa adalah menyangkut proses produksi dan konsumsi. Pada barang, tahap pembelian dan konsumsi biasanya terpisah. Meskipun

terdapat interaksi antara pemasar dan pelanggan selama tahap pembelian aktual, tahap pemakaian barang biasanya terlepas dari pengaruh langsung para pemasar. Sebaliknya, sebagian jasa diproduksi dan dikonsumsi secara berbarengan. Konsekuensinya, perusahaan jasa berpeluang besar untuk secara aktif membantu pelanggan memaksimalkan nilai dari pengalaman konsumsinya.

- e) Evaluasi purnabeli, setelah pembelian dibuat dan produk dibeli serta dikonsumsi, evaluasi purnabeli akan berlangsung. Selama dan sesudah pemakaian, proses pembelian dan produk dievaluasi oleh konsumen. Evaluasi yang tidak memuaskan berpotensi berujung pada komplain konsumen. Respon yang tepat dari perusahaan terhadap komplain berpotensi mengubah ketidakpuasan awal menjadi kepuasan. Hasil akhirnya adalah tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan, yang pada gilirannya menghasilkan konsumen yang berkomitmen kuat, bersedia membeli ulang, dan loyal atau bahkan sebaliknya, konsumen yang beralih merek atau menghentikan pemakaian kategori produk bersangkutan.

Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa sebelum memutuskan melakukan pembelian, konsumen akan melalui beberapa proses atau tahapan dalam pengambilan keputusan yaitu pengenalan kebutuhan atau masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

Pengambilan keputusan tidak hanya berhenti setelah konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut tetapi juga dilihat perilaku pasca pembelian apakah konsumen akan berakhir dengan puas atau kurang puas terhadap pemakaian produk pasca pembelian tersebut.

2.2 Pelayanan

2.2.1 Pengertian Pelayanan

Dalam kamus lengkap bahasa Indonesia, pelayanan diartikan sebagai perbuatan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Selanjutnya (Kotler dan Keller, 2004) mendefinisikan sebagai aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat dirubah.

(Hessel, 2005) pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau Negara.

Bagi nasabah yang mengutamakan keuntungan atau kemanfaatan yang diperoleh kualitas layanan (*service*) juga faktor yang mempengaruhi mereka memilih sebuah produk. Jika pelayanan yang diterimanya buruk, sudah pasti mereka beralih ke produk lain. Sebaliknya, jika pelayanan baik, mereka tidak akan segan-segan

untuk setia pada produk itu, sebagaimana firman Allah SWT dalam surat al Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالتَّعَدُّوانِ ۗ وَأَتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

[Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan Tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya].

Adapun yang termasuk dalam kategori pelayanan adalah bagaimana keramahan pelayanan *customer officer* dan juga kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu kecepatan waktu, memprioritaskan nasabah dan kenyamanan ruang tempat transaksi termasuk juga menjadi pertimbangan nasabah, ketepatan pencatatan merupakan hal yang penting sebagai bukti administrasi dan transaksi kedua belah pihak dan itu diharuskan.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:

- a) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b) Pelayanan itu kenyataan terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.

- c) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Jenis-jenis pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat tergantung kepada kebutuhan, keinginan, kemampuan kedua belah pihak, baik pemberi layanan maupun yang membutuhkan pelayanan. Dalam kaitan ini, pelayanan bank syariah yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan pelayanan karyawan kepada nasabah yang terjadi di kantor bank syariah saja. Tapi mencakup kepada aksesibilitas, kredibilitas, kecepatan dan ketepatan pencatatan, jaringan kantor yang luas, kelengkapan produk, keamanan dan fasilitas kemudahan atas informasi di bank syariah lainnya.

2.2.2 Jenis Pelayanan

Jenis pelayanan terdiri dari berbagai macam antara lain berupa pelayanan yang berkaitan dengan:

- a) Pemberian jasa-jasa saja.
- b) Pelayanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang-barang saja.
- c) Pelayanan ganda yang berkaitan dengan keduanya. Jenis-jenis pelayanan yang harus diberikan kepada pelanggan sangat tergantung kepada kebutuhan, keinginan dan kemampuan pihak penyedia pelayanan yang bersangkutan (Rianto, 2012).

2.2.3 Etika Pelayanan

Kata “Ethics” berasal dari bahasa Yunani “ethos” yang berarti karakter atau kebiasaan atau adat istiadat. Menurut Prof. Robert C. Salomon, ethics adalah karakter atau sikap atau kebiasaan seseorang atau kelompok. Etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk yang dianut oleh masyarakat. Ada yang merupakan etiket artinya kumpulan tata cara dalam pergaulan. Kata etiket berasal dari Perancis (etiquette) yang berarti kartu undangan. Akhirnya perkataan etiquette diartikan sebagai ketentuan yang mengatur tindak dan gerak manusia dalam pergaulan di masyarakat, seperti penampilan, cara berbicara, cara berpakaian, sopan santun dan lain-lain.

Etika pelayanan adalah perilaku petugas bank terutama petugas pelayanan (*customer service*) dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen/nasabah. Etika pelayanan bertitik tolak pada perilaku petugas bank dalam berbagai lini dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan memperhatikan mana yang baik mana yang buruk, mana yang benar mana yang salah.

Ada beberapa karakter yang harus dimiliki oleh petugas bank dalam melakukan pelayanan kepada nasabah, diantaranya adalah:

- a) Tidak melakukan perbuatan tercela.
- b) Memegang teguh amanah.
- c) Menjaga nama baik bank dan nasabah.
- d) Beriman dan mempunyai rasa tanggung jawab moral.

- e) Sabar tapi tegas dalam menghadapi permasalahan, seperti keluhan nasabah.
- f) Memiliki integritas, artinya bertindak jujur dan benar.
- g) Manners, artinya tidak egois, disiplin dan tidak kasar.

2.2.4 Indikator Pelayanan

Kualitas Pelayanan dapat dikatakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya untuk mengembangkan harapan konsumen. Tjiptono, (2015) menyatakan harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

- a) Berwujud (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti fisik nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik seperti : gedung, gudang, dan lainnya, perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi dan penampilan pegawainya. Di Dalam Islam karakteristik pelayanan berwujud juga disebutkan sebagai Ash-Shalah (Baik dan bermanfaat), dimana islam memerintahkan atau menganjurkan pekerjaan yang baik bermanfaat bagi kemanusiaan, agar setiap pekerjaan mampu memberikan

nilai tambah dan mengangkat derajat manusia secara individu maupun kelompok.

- b) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Keandalan dalam karakteristik pelayanan islam disebut al Ihsan, kualitas ihsan mempunyai dua makna dan memberikan dua peran yaitu sebagai berikut:

Pertama, ihsan berarti yang terbaik dari yang dapat dilakukan dengan makna pertama ini, maka pengertian ihsan sama dengan itqan. Pesan yang dikandungnya ialah agar setiap muslim mempunyai komitmen terhadap dirinya untuk berbuat yang terbaik dalam segala hal. Kedua, ihsan mempunyai makna lebih baik dari prestasi atau kualitas pekerjaan sebelumnya. Makna ini memberikan pesan peningkatan yang *الـتـمـرـس* menerus, seiring dengan bertambahnya pengetahuan, pengalaman, waktu dan sumber daya lainnya. Keharusan yang lebih baik juga berlaku ketika seorang muslim membalas jasa atau kebaikan orang lain.

- c) Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan

penyampaian informasi yang jelas, membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

Al-Itqan mendekati konsep kualitas pelayanan ketanggapan dari sudut pandang keislamannya. Konsep itqan memberikan penilaian lebih terhadap hasil pekerjaan yang sedikit atau terbatas, tetapi berkualitas daripada banyak tetapi kurang bermutu.

- d) Jaminan dan kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopan santunan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Telah dipaparkan di konsep layanan dalam islam yaitu amanah, yang memiliki arti tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam ketepatan janji dengan keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan terbaik. Dalam segala hal, sifat amanah harus dimiliki oleh setiap orang mukmin, apalagi yang memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat.
- e) Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu

pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011).

2.3 Lokasi

2.3.1 Pengertian Lokasi

Lokasi adalah suatu ruang dimana berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk yang diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. Lokasi yang mudah dijangkau oleh pembeli dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Lokasi yang strategis bagi nasabah akan memperkecil pengorbanan energi dan waktu.

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

Kunci sukses bisnis adalah lokasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa lokasi memegang peran kunci bagi eksistensi usaha jasa di masa datang. Lokasi suatu penyedia jasa juga menjadi faktor penting bagi konsumen, salah satu alasan lokasi penyedia jasa menjadi penting bagi pelanggan adalah karena penyedia jasa tersebut dekat dengan tempat tinggal pelanggan atau dekat dengan tempat kerja

pelanggan. Penentuan lokasi bank merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun ditempat yang strategis, dekat dengan nasabah berada, mudah pencapaiannya, dekat dengan penyedia tenaga kerja, dan dekat dengan Bank Indonesia. Selain penentuan tempat kantor bank, penentuan tata letak (*lay out*) kantor di luar (*outdoor*) dan tata letak kantor di dalam (*indoor*) menjadi bahasa penting perbankan.

2.3.2 Tujuan Lokasi

Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah untuk mendekatkan diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah kredit, namun selain itu terdapat beberapa tujuan dalam penentuan lokasi bank yaitu (Tandi, 2017) :

- a) Memudahkan pelayanan nasabah dengan mendekati dan memudahkan pencapaiannya (aksesibilitas). Termasuk dalam pengertian aksesibilitas ini adalah bukan hanya dekat jaraknya, tetapi juga kemudahan menjangkau hany dari angkatan umum, terletak dijalan yang mudah dijangkau dari arah mana saja, terletak ditengah kota, dan banyak dilewati angkutan kota sepanjang jam kerja kantor bank. Termasuk dalam hal parkir kendaraan.
- b) Lokasi memungkinkan bank menata kantor dan tata letak *in/outdoor* dengan leluasa sehingga mendukung ketersediaan parkir ruang layanan, ruang tunggu dan sarana lainnya sehingga mampu membuat kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa bank.

- c) Tata letak di dalam kantor memungkinkan sistem antrian yang efektif tapi sekaligus efisien. Dukungan udara ruangan, kelapangan lokasi antrian, dukungan hiburan di tempat antrian audio-video adalah hal yang perlu diperhatikan.
- d) Memudahkan tenaga kerja penggerak kantor bank dalam mencapainya. Hal ini diharapkan dapat mempermudah karyawan dalam melayani nasabah dengan baik tanpa diganggu dengan keterlambatan masuk kantor dengan alasan jalanan ramai dan padat.

2.3.3 Indikator Lokasi

Keputusan lokasi sering kali melibatkan serangkaian faktor yang dapat berpengaruh terhadap pendapatan, biaya, atau keduanya karena dapat berpengaruh terhadap laba. Faktor lain yang pengaruhnya terhadap laba tidak mudah untuk diukur adalah pertimbangan pemilihan lokasi. Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk berpindah produk dari produsen ke konsumen. Menurut (Lupiyoadi, 2001) Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan.

Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan dekat dengan pemukiman penduduk, aman, nyaman bagi nasabah, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor lainnya.

Dalam memilih lokasi untuk menjalankan suatu usaha, para pengusaha atau pelaku usaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya:

- a) Akses, yaitu lokasi atau tempat yang dilalui mudah di jangkau sarana transportasi umum.
- b) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c) Lalu lintas, Dua hal yang harus diperhatikan.
 1. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang yang besar terhadap terjadinya *impulse buying* atau keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, atau tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 2. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan.
- d) Tempat parkir yang luas dan aman, Misalnya lahan parkir yang di sediakan cukup luas untuk menampung kendaraan pribadi pelanggan seperti mobil, motor dan tentunya aman dari segi pencurian.
- e) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Contohnya, warung makan berdekatan dengan daerah kost, asrama mahasiswa, kampus atau perkantoran. (Tjiptono, 2008).

2.4 Penelitian Terkait

Sebelumnya peneliti telah mendapatkan penelitian terdahulu yang terkait dengan judul dalam penelitian ini dan sekaligus dijadikan sebagai referensi dalam penulisannya. Secara ringkas penelitian terkait dapat dilihat dalam tabel halaman berikut: (Sugiyono, 2015:114).

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Ayu, (2020) Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Muamalat KCP Palopo	Sama-sama meneliti variabel lokasi, pelayanan dan keputusan menabung	Lokasi penelitian	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: lokasi (X1) dan pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung (Y). Dari hasil uji regresi linier berganda yaitu variabel pelayanan merupakan faktor yang paling

Tabel 2.2 Lanjutan

No	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat KCP Palopo dibandingkan dengan variabel lokasi.
2	Sriwahyuni, (2019) Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi)	Sama-sama meneliti variabel lokasi, pelayanan dan keputusan menabung	Lokasi penelitian	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan: 1) Lokasi berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ngawi. 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif

Tabel 2.3 Lanjutan

No	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				<p>dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ngawi.</p> <p>3) Berdasarkan uji F lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ngawi.</p>
3	Putribasutami dan Paramita, (2018) Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial	Sama-sama meneliti variabel lokasi, pelayanan dan keputusan menabung	Variabel pengetahuan, sosial dan lokasi penelitian	Hasil uji t-test pengaruh pelayanan terhadap keputusan menabung masyarakat pada Bank

Tabel 2.4 Lanjutan

No	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Terhadap keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah			diperoleh < 0,05). Hasil uji t-test pengaruh sosial terhadap keputusan menabung masyarakat pada Bank Syariah diperoleh probabilitas signifikansinya sebesar 0,000. Nilai probabilitas signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 (sig < 0,05).
4	Nopitasari, (2017) Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa	Sama-sama meneliti variabel lokasi, pelayanan dan keputusan menabung	Variabel produk, reputasi, dan lokasi penelitian	Hasil uji t-test pengaruh pelayanan terhadap keputusan menabung masyarakat pada Bank

Tabel 2.5 Lanjutan

No	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah			<p>Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel lokasi (X1) berdasarkan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ Promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,423, artinya lokasi berpengaruh sebesar 42,3% terhadap keputusan nasabah. yaitu $2,655 > 1,985$. Nilai signifikan sebesar 0,009 $< 0,05$, yang</p>

Tabel 2.6 Lanjutan

No	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				berarti bahwa promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,423, artinya lokasi berpengaruh sebesar 42,3% terhadap keputusan nasabah.
5	Diana, (2017) Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung di	Sama-sama meneliti variabel lokasi, pelayanan dan keputusan dalam menabung	Variabel pengetahuan, bagi hasil, dan lokasi penelitian	Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji signifikansi dan uji ketetapan

Tabel 2.7 Lanjutan

No	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
	BMT Bina Ummat Sejahtera Kalijambe			model. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan berdasarkan uji t, variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, bagi hasil, memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung sedangkan variabel lokasi, tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT bina umat sejahtera karena nilai signifikansi $> \alpha$ (0,308 > 0,05).

Sumber: Data Diolah (2021)

Dari beberapa penelitian di atas terdapat kesamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan karakteristik yang *relative* sama dalam hal tema, kajian, meskipun berbeda dalam kriteria subjek, jumlah,

posisi, variabel penelitian, dan metode analisis. Seperti penelitian yang dilakukan oleh:

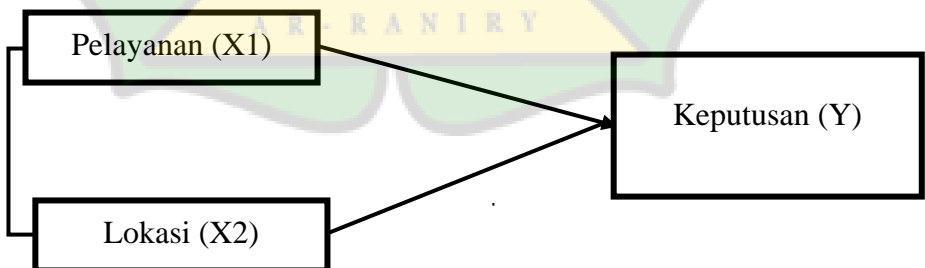
1. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu, (2020) memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu lokasi, pelayanan, dan keputusan nasabah dalam menabung. Adapun yang membedakan dengan penelitian ini terletak pada lokasi tempat penelitian yaitu di Bank Muamalat KCP Palopo.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Sriwahyuni, (2019) memiliki kesamaan dari segi pengambilan variabel lokasi, pelayanan dan keputusan nasabah untuk menabung. Adapun yang membedakan dengan penelitian ini lokasi dari objek penelitian.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Putribasutami dan Paramita, (2018) memiliki kesamaan pada variabel yang meneliti tentang pelayanan, lokasi dan keputusan seseorang untuk menabung pada bank di Ponorogo. Namun penelitian yang dilakukan oleh Putribasutami dan Paramita, (2018) meneliti mengenai pengetahuan dan sosial.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Nopitasari, (2017) memiliki kesamaan pada beberapa variabel seperti pelayanan, lokasi dan keputusan dari nasabah untuk menabung. Perbedaannya terletak pada variabel produk dan reputasi serta objek yang dituju yaitu Mahasiswa IAIN Surakarta.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Diana, (2017) memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu dari segi variabel pelayanan, lokasi dan keputusan nasabah

untuk menabung. Adapun yang membedakan dengan penelitian ini terletak pada segi variabel yang meneliti tentang bagi hasil dan juga lokasi penelitian yaitu di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe.

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sintesis tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga menghasilkan sintesis tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesis tentang hubungan variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis (Deni, 2014:118). Untuk mempermudah dalam analisis penelitian dapat menggunakan skematis alur kerangka berpikir penelitian pada gambar 2.6 sebagai berikut:

Gambar 2.6
Skema Kerangka Pemikiran



Jadi, bagian diatas menggambarkan variabel pelayanan (X_1) dan variabel lokasi (X_2) berpengaruh terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam menjadi nasabah (Y) di Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

2.6 Hubungan Antar Variabel

2.6.1 Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan

Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maupun instansi merupakan dasar usaha peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi lebih harmonis serta meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan kepada suatu instansi, dalam penelitian ini instansi yang dimaksud adalah Bank Aceh. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka akan semakin besar pula peluang keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu (2020) bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat KCP Palopo. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung (Y).

H1 : Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

2.6.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan

Penentuan lokasi suatu bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Di samping lokasi yang strategis, hal lain yang juga mendukung lokasi tersebut adalah layout gedung dan layout ruangan bank itu sendiri. Penetapan layout yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya, lokasi dan layout merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan.

penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nopitasari (2017) menemukan pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan bank syariah”. Hasil penelitian diketahui bahwa variabel lokasi (X1) berdasarkan uji t diperoleh t hitung $>$ t tabel pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,423, artinya lokasi berpengaruh sebesar 42,3% terhadap keputusan nasabah. Persaingan yang ketat penentuan lokasi memiliki pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas penghimpunan dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan tercapai.

H2 : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

2.6.3 Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan

Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maupun instansi merupakan dasar usaha peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi lebih harmonis serta meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan kepada suatu instansi, dalam penelitian ini instansi yang dimaksud adalah Bank Aceh. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka akan semakin besar pula peluang keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh.

Penentuan lokasi suatu bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Di samping lokasi yang strategis, hal lain yang juga mendukung lokasi tersebut adalah layout gedung dan layout ruangan bank itu sendiri. Penetapan layout yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya, lokasi dan layout merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan.

H3 : Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan warga Kopelma Darussalam menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang analisisnya menekankan pada data-data kuantitatif (angka) yang dikumpulkan melalui prosedur pengukuran dan diolah dengan metode analisis statistika (Azwar, 2017). Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini merujuk pada persentase data-data angka yang diperoleh dari lapangan yang kemudian diolah dengan metode statistika. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel sehingga jenis penelitian kuantitatif sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat untuk peneliti melakukan sebuah penelitian dalam menangkap peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka untuk mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Penulis melakukan penelitian di Bank Aceh Syariah KCP Darussalam dikarenakan jumlah nasabah yang menabung pada bank tersebut meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari lapangan memang adanya kenaikan grafik jumlah nasabah pada tahun 2018-2020 di Bank tersebut yaitu dari 12.120-13.661.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang ada pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam periode 2021 berjumlah 13.661 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2016). Sampel dari penelitian ini adalah sebagian dari nasabah PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner yang akan dibagikan secara non probabilitas/non acak, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Random Sampling*, yaitu teknik untuk menentukan sampel berdasarkan kemudahan tanpa pertimbangan tertentu. Teknik ini sering disebut sebagai *accidental sampling*, yang merupakan suatu teknik

pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Seseorang dapat dijadikan sampel 1 karena kebetulan berada tepat pada saat penelitian dilakukan. Karena bersifat mudah dan tanpa pertimbangan tertentu. Gall dan Borg mengatakan dilakukannya teknik ini dikarenakan: (1) lokasi sampel berdekatan dengan lokasi penelitian, (2) dijadikan sampel karena kedekatan secara emosional dengan peneliti, dan (3) peneliti sudah mengenal lokasi tersebut (Ismail, 2018).

Berdasarkan wahyudi (2017) Cara menentukan jumlah anggota sampel dari suatu populasi sebagai berikut :

Menggunakan Rumus Slovin,

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

dimana :

n = Ukuran Sampel

N= Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan yang dipilih (1%, 5%, dan 10%).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 10% tingkat kesalahan. Skema sampel akan diambil dari populasi yang telah ditentukan dengan rumus slovin, dengan rincian sebagai berikut:

Warga Kopelma Darussalam yang menjadi nasabah PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam, diketahui

N= 13.661, e = 10%

$$n = \frac{13.661}{1+13.661(10\%)^2}$$

$$n = \frac{13.661}{137,61}$$

n = 99,27 dibulatkan menjadi 100₄₃

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang warga kopelma Darussalam yang menjadi nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam.

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 *Field Research*

Penelitian lapangan (*field research*) merupakan penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden (Hasan, 2009). Dalam penelitian ini akan meneliti langsung kepada responden penelitian yaitu warga Kopelma Darussalam yang menjadi nasabah PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam dengan membagikan angket/kuesioner.

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menggunakan seperangkat pertanyaan yang disusun untuk diajukan kepada para responden. Pertanyaan-pertanyaan yang disusun dalam bentuk kuesioner diberikan pada responden dengan tujuan agar responden dalam memberikan jawaban sesuai dengan tema penelitian (Rukajat, 2018). Instrumen yang berupa lembar daftar pertanyaan dapat berupa angket (kuesioner), *checklist* ataupun skala.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017) adalah suatu atribut atau sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang

mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel dibedakan menjadi dua macam yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen, sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen.

3.5.2 Operasionalisasi Variabel

Sarwono (2006) menjelaskan bahwa definisi operasional adalah penjelasan tentang variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian digunakan dua macam variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen, berikut adalah pengertian dari variabel-variabel tersebut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
1	Pelayanan (X ₁)	Aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat diubah	<ul style="list-style-type: none"> - Tangibles (Bukti Fisik) - Keandalan (Reliability) - Responsiveness (Daya Tanggap) - Assurance (Jaminan) - Empathy (Empati) (Tjiptono, 2015) 	Interval

		(Kotler dan Keller, 2004).		
2	Lokasi (X ₂)	Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (Kasmir,2010) .	<ul style="list-style-type: none"> - Akses - Visibilitas (dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal). - Tempat parkir yang luas dan aman. - Lingkungan. (Tjiptono, 2008) 	Interval
3	Keputusan (Y)	Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan	<ul style="list-style-type: none"> - Pengenalan kebutuhan - Pencarian informasi - Evaluasi alternatif - Keputusan pembelian - Perilaku pasca pembelian (Kotler dan Keller, 2009) 	Interval

		kebutuhan dan keinginan mereka (Permana, 2016).		
--	--	---	--	--

Sumber: Data diolah 2022

3.6 Teknik Pengolahan Data

Setelah semua data telah terkumpul dengan lengkap maka tahap selanjutnya adalah pengolahan data. Langkah-langkah dari pengolahan data sebagai berikut :

3.6.1 *Editing*

Tahap *editing* adalah memeriksa daftar pertanyaan yang telah terkumpul dari lapangan. Jadi, setelah angket diisi serta dikembalikan oleh responden, maka peneliti segera memeriksa dan meneliti satu persatu. Peneliti berusaha memeriksa ataupun meneliti sedetail mungkin terhadap angket yang telah disebarakan kepada responden. Hal ini bertujuan untuk menghindari dari kesalahan ataupun data penelitian.

3.6.2 *Scoring*

Setelah tahap *editing* selesai, maka tahap kedua adalah *scoring*. Yang dimaksud dengan *scoring* adalah memberikan skor ataupun nilai terhadap item-item pertanyaan yang terdapat pada angket. Setiap jawaban mempunyai nilai tersendiri untuk menghitung data.

3.6.3 *Tabulating*

Setelah tahap *editing* dan tahap *scoring* selesai maka tahap terakhir adalah *tabulating*. Yang dimaksud dengan *tabulating* adalah

memasukkan data yang telah terkumpul pada tabel yang kemudian menghitungnya sesuai angka yang didapat. Setelah selesai persiapan data dilakukan, tahap selanjutnya adalah mengolah serta menganalisis data tersebut kedalam bentuk statistik.

3.6.4 Analisis Data

Analisis yang mana digunakan oleh peneliti untuk mengetahui apakah keadaan tinggi rendahnya variabel dependen terhadap dua atau lebih variabel independen sebagai faktor untuk dimanipulasi atau dalam artian analisis regresi bisa digunakan apabila variabel independennya lebih dari dua (Ghozali, 2016). Berarti rumus persamaan regresi linier berganda menggunakan alat analisis software statistik (SPSS) sebagai berikut :

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

3.7 Uji Keabsahan Data

Kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) sangat diperlukan dalam sebuah penelitian, maka uji coba ini dimaksudkan untuk mengetahui hal tersebut. Uji validitas dan uji reliabilitas angket/kuesioner diperlukan untuk memastikan bahwa angket tersebut valid dan dapat diandalkan untuk penelitian selanjutnya.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2011), Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item item yang tersaji dalam kuesioner

benar benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Uji Validitas ini digunakan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuesioner tersebut sah atau tidak. Dengan kata lain jika dicontohkan mengenai data kerukunan umat beragama, maka responden ketika diberi empat pertanyaan tersebut bisa secara tepat mengungkapkan tingkat kerukunan umat beragama. Tingkat validitas dapat diukur dengan melihat pada kolom atau baris total score (Toleransi), kalau pada kolom atau baris tersebut masing-masing total butir pertanyaan menghasilkan tanda bintang, berarti itu signifikan (Bawono, 2006). Apabila berbintang satu, itu berarti signifikan pada level 5% (0,05). Apabila berbintang dua, itu berarti signifikan pada level 1% (0,01).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya (Sugiyono, 2016). Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan (dapat dipercaya) dari suatu indikator yang digunakan dalam penelitian. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *Cronbach Alpha* (α), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60 (Ghozali, 2013).

3.8 Uji Asumsi Klasik

Model regresi berganda (*multiple regression*) dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi Kriteria *BLUE (Best Linear Estimator)*. *BLUE* dapat dicapai bila memenuhi Asumsi Klasik (Bawono, 2006).

3.8.1 Uji Normalitas

Metode uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah salah satu uji kesesuaian yang dapat diadopsi untuk menguji Normalitas ketika *mean* dan variansinya ditentukan (Melbourne, 2014). Metode *Kolmogorov-Smirnov* dikemukakan oleh *Andrey Kolmogorov* dan *Nikolai Smirnov* yang merupakan matematikawan asal Rusia pada tahun 1939. Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menguji apakah distribusi sampel yang teramati sesuai dengan distribusi teoritis tertentu atau tidak. Uji *Kolmogorov-Smirnov* beranggapan bahwa distribusi data yang diuji bersifat kontinu dan sampel dari populasi acak.

Uji normalitas yang digunakan pada model regresi bertujuan digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi bersifat normal atau tidak. Model regresi yang bisa dikatakan normal adalah model regresi yang memiliki nilai residual yang memiliki distribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal Probability Plot Of Regression Standardized Residual* atau *Skewness* dan *Kurtosis*.

Pada penelitian ini akan digunakan uji normalitas *Normal Probability Plot Of Regression Standardized Residual*. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Ghozali, (2016) menyatakan bahwa dasar dari pengambilan keputusan untuk uji normalitas dengan *probability Plot* adalah sebagai berikut :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal, model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari data garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Apabila ditemukan korelasi antar variabel independen, maka adanya masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak menimbulkan masalah multikolinearitas. Metode pengujian yang paling sering digunakan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

Menurut Ghozali (2005) bahwa dasar pengambilan keputusan untuk uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Tolerance* variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai *Tolerance* variabel lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghozali (2005) bahwa jika varian data residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik *Scatter Plot*. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.10 Pembuktian Hipotesis

Uji hipotesis adalah jawaban yang berlaku sementara terhadap masalah penelitian, dalam hal ini keputusan dibuat mengandung

ketidakpastian, memiliki risiko karena jawaban kedepannya bisa jadi benar maupun salah. Dilakukan uji ini untuk dapat mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Menurut Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, hipotesis sendiri dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Hipotesis nol (H_0) yaitu yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.
2. Hipotesis alternatif (H_a) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.

3.10.1 Uji Parsial

Menurut Ghozali (2016) uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Caranya yaitu dengan membandingkan t hitung dengan dengan t tabel, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti variabel *independen* secara individual mempengaruhi variabel *dependen*. Uji t digunakan untuk menguji apakah setiap variabel (*independen*) secara masing-masing parsial atau individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terkait (*dependen*) pada tingkat signifikansi 0,05 (5%) dengan menganggap variabel bebas bernilai konstan.

1. H_a nilai sig $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

2. H_0 nilai sig $>0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

3.10.2 Uji Simultan

Pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengetahuan semua variabel independen terdapat di dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. F hasil perhitungan selanjutnya akan dibandingkan dengan F tabel yang akan diperoleh dengan menggunakan risiko atau signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut:

1. H_0 ditolak dan H_a diterima jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau nilai signifikan $<0,05$ (5%).
2. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau nilai signifikan $>0,05$ (5%).

3.11 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) biasanya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai R^2 adalah di antara nol dan satu. Jika R^2 berkisar hampir satu artinya semakin kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dan juga sebaliknya jika R^2 mendekati nol maka semakin lemah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Suliyanto, 2011).

Kategori *range* :

0-20 = *Pemgaruh lemah*

- 20-40 = *Pengaruh cukup*
40-60 = *Pengaruh kuat*
60-80 = *pengaruh sangat kuat*
80-100 = *Pengaruh kuat sempurna*



BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Keakuratan Responden

4.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu instrumen dalam melakukan pengukuran. Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan untuk melakukan pengujian validitas sebanyak 100 responden. Hasil instrumen penelitian dapat dikatakan valid jika nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$, begitupun sebaliknya jika nilai $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka dapat dikatakan instrumen penelitian tidak valid. Penelitian ini menggunakan SPSS 21 dengan hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1
Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	Koefisien Korelasi (r_{hitung})	Nilai Kritis 5% (r_{tabel})	Validitas
Variabel Independen				
Pelayanan (X1)	X1.1	0,866	0,196	<i>Valid</i>
	X1.2	0,917	0,196	<i>Valid</i>
	X1.3	0,897	0,196	<i>Valid</i>
	X1.4	0,923	0,196	<i>Valid</i>
	X1.5	0,933	0,196	<i>Valid</i>
	X1.6	0,933	0,196	<i>Valid</i>
	X1.7	0,926	0,196	<i>Valid</i>
	X1.8	0,930	0,196	<i>Valid</i>
	X1.9	0,929	0,196	<i>Valid</i>
	X1.10	0,937	0,196	<i>Valid</i>
Lokasi (X2)	X2.1	0,898	0,196	<i>Valid</i>

	X2.2	0,916	0,196	<i>Valid</i>
	X2.3	0,873	0,196	<i>Valid</i>
	X2.4	0,902	0,196	<i>Valid</i>
	X2.5	0,911	0,196	<i>Valid</i>
	X2.6	0,925	0,196	<i>Valid</i>
	X2.7	0,913	0,196	<i>Valid</i>
	X2.8	0,922	0,196	<i>Valid</i>
	X2.9	0,900	0,196	<i>Valid</i>
	X2.10	0,864	0,196	<i>Valid</i>
	X2.11	0,934	0,196	<i>Valid</i>
Variabel Dependen				
Keputusan Nasabah (Y)	Y.1	0,817	0,196	<i>Valid</i>
	Y.2	0,779	0,196	<i>Valid</i>
	Y.3	0,710	0,196	<i>Valid</i>
	Y.4	0,663	0,196	<i>Valid</i>
	Y.5	0,838	0,196	<i>Valid</i>
	Y.6	0,913	0,196	<i>Valid</i>
	Y.7	0,924	0,196	<i>Valid</i>
	Y.8	0,905	0,196	<i>Valid</i>
	Y.9	0,910	0,196	<i>Valid</i>
	Y.10	0,913	0,196	<i>Valid</i>

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan pada kuesioner penelitian ini telah valid. Hal ini dapat dibuktikan pada alpha sebesar 5% diperoleh *degree of freedom* (df) = n-2 atau 100-2 = 98, maka nilai R_{tabel} sebesar 0,196. Hasil output SPSS pada tabel di atas diperoleh data yang menyatakan bahwa dari 31 butir pertanyaan terdiri dari 10 pernyataan variabel Pelayanan (X1), 11 pernyataan variabel Lokasi (X2), dan 10 Pernyataan variabel Keputusan Nasabah (Y) yang diberikan kepada 100 responden diperoleh nilai R_{hitung} lebih besar dari nilai R_{tabel}

Sehingga seluruh item pernyataan pada variabel Pelayanan (X1), Lokasi (X2), dan Keputusan Nasabah (Y) dinyatakan telah valid.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur kekonsistenan dari suatu instrumen. Artinya instrumen tetap menghasilkan nilai yang sama meskipun beberapa kali dilakukan pengukuran. Mengukur kekonsistenan instrumen dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabilitas jika nilai Coefficients Cronbach's Alpha $> 0,60$. Hasil uji reliabilitas pada 31 butir pertanyaan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item Pertanyaan	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis Cronbach's Alpha	Ket
Pelayanan (X1)	10	0,979	0,60	Reliabel
Lokasi (X2)	11	0,978	0,60	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	10	0,953	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.2 diperoleh nilai *Coefficients Cronbach's Alpha* pada variabel Pelayanan (X1) sebesar 0,979, variabel Lokasi (X2) sebesar 0,978, dan variabel Keputusan Nasabah (Y) sebesar

0,953. Maka dapat disimpulkan dengan nilai *Coefficients Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga variabel Pelayanan (X1), Lokasi (X2), dan Keputusan Nasabah (Y) dinyatakan telah reliabel dan penelitian dapat terus dilanjutkan.

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan yang berlaku secara umum. Contohnya seperti penyajian data ke dalam bentuk diagram, tabel, modus, mean, frekuensi, presentase, dan lainnya. Penelitian ini menggunakan dua analisis deskriptif yakni, karakteristik responden dan distribusi frekuensi variabel.

4.2.1 Karakteristik Responden

Responden yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Peneliti akan membahas tentang deskripsi responden berdasarkan dari jenis kelamin, tempat tinggal, usia, pendidikan terakhir, pendapatan, dan pekerjaan. Hasil analisis deskriptif pada karakteristik responden dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	40	40%
2	Perempuan	60	60%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, terdapat 40 orang (40%) berjenis kelamin laki-laki, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 60 orang (60%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak berkontribusi dalam penelitian ini adalah perempuan. Adapun responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SD/SMP/SMA	42	42%
2	Diploma III	7	7%
3	S1	47	47%
4	S3	3	3%
5	Lainnya	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, terdapat 42 orang (42%) berpendidikan terakhir SD/SMP/SMA, 7 orang (7%) berpendidikan terakhir Diploma III, 47 orang (47%) berpendidikan terakhir S1, 3 orang (3%) berpendidikan terakhir S2, dan sedangkan 1 orang (1%) berpendidikan terakhir diluar kategori yang disediakan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak berkontribusi dalam penelitian ini

berpendidikan terakhir S1. Adapun responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	< Rp 2.000.000	62	62%
2	Rp 2.100.000 – Rp 4.000.000	24	24%
3	Rp 4.100.000 – Rp 6.000.000	7	7%
4	Rp 6.100.000 – Rp 8.000.000	4	4%
5	> 8.100.000	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, terdapat 62 orang (42%) memiliki pendapatan kurang dari Rp 2.000.000, 24 orang (24%) memiliki pendapatan Rp 2.100.000 – Rp 4.000.000, 7 orang (7%) memiliki pendapatan Rp 4.100.000 – Rp 6.000.000, 3 orang (3%) memiliki pendapatan lebih dari 8.100.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak berkontribusi dalam penelitian ini memiliki pendapatan kurang dari Rp 2.000.000. Adapun responden berdasarkan pengalaman menjadi nasabah dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menjadi Nasabah

No	Pengalaman	Jumlah	Persentase
1	< 2 Tahun	55	55%
2	2 – 4 Tahun	23	23%
3	> 4 tahun	22	22%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, terdapat 55 orang (55%) telah menjadi nasabah selama kurang dari 2 tahun, 23 orang (23%) telah menjadi nasabah selama 2 sampai 4 tahun, dan 22 orang (22%) telah menjadi nasabah selama lebih dari 4 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak berkontribusi dalam penelitian ini telah menjadi nasabah Bank Aceh Syariah selama kurang dari 2 tahun.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Pada analisis regresi linear berganda terdapat beberapa asumsi klasik yang harus terpenuhi agar hasil yang diperoleh akurat. Asumsi tersebut yakni normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan jika

nilai signifikansi lebih besar dari alpha (0,05) maka data berdistribusi normal. Begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil daripada alpha (0,05) maka data tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada output SPSS versi 23 sebagai berikut:

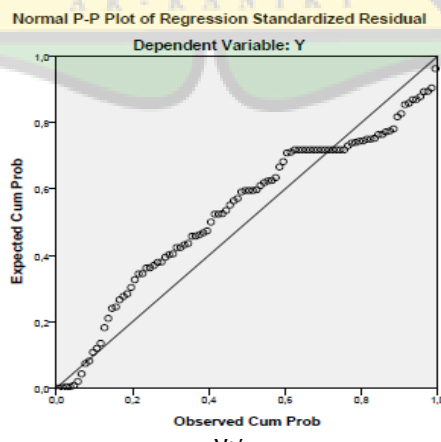
Tabel 4.11
Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	1,325
Asymp Sig (2-tailed)	0,060

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan pada Tabel 4.11, dapat dilihat bahwa statistik uji Kolmogorov-Smirnov sebesar 1,325 dan nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,060. Sehingga nilai signifikansi lebih besar daripada alpha 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual data telah berdistribusi secara normal.

Gambar 4.1
P-Plot Normalitas



Hasil ini juga didukung secara visual dari Gambar 4.1 dimana pada gambar tersebut terlihat bahwa pola data berada disekitar garis diagonal yang menandakan bahwa residual data berdistribusi secara normal.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Tujuan utama pengujian Multikolinieritas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk pengujian multikolinearitas digunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan nilai *tolerance*. Apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* > 10 maka terjadi masalah multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.12
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pelayanan (X1)	0,235	4,264
Lokasi (X2)	0,235	4,264

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.12, diperoleh nilai VIF untuk variabel independen yaitu Pelayanan (X1) sebesar 4,264 dan Lokasi (X2) juga sebesar 4,264. Dengan menggunakan kriteria nilai VIF yang kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah

multikolinearitas. Sementara nilai tolerance Pelayanan (X1) sebesar 0,235 dan Lokasi (X2) juga sebesar 0,235 yang lebih besar daripada 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tidak terjadi masalah multikolinearitas.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual amatan pertama dengan amatan yang lainnya. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari alpha (0,05) maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas namun jika nilai signifikansi lebih kecil dari alpha (0,05) maka terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS versi 23 adalah sebagai berikut:

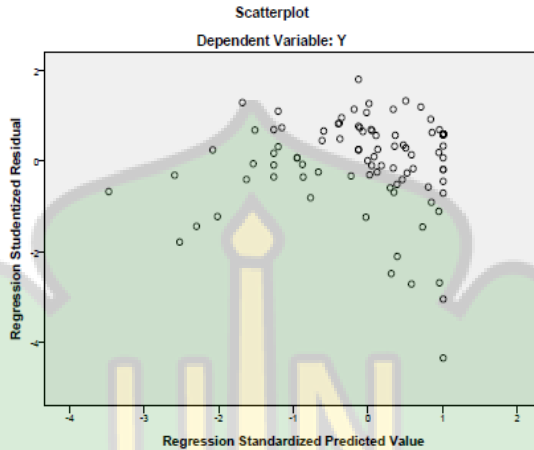
Tabel 4.13
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig
Pelayanan (X1)	1,000
Lokasi (X2)	1,000

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan data yang terdapat pada Tabel 4.13, masing-masing variabel yaitu Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) memiliki angka signifikansi lebih besar dari alpha 0,05, maka pada penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil ini juga sesuai pada gambar *scatterplot* 4.2 :

Gambar 4.2
Scatterplot Heteroskedastisitas



Berdasarkan tampilan pada *scatterplot* terlihat bahwa plot menyebar secara acak (tidak membentuk pola). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.4 Regresi Linear Berganda

Setelah melewati tahapan asumsi klasik, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis regresi linear berganda. Analisis tersebut berguna untuk mengetahui ada tidanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil penelitian, model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
Constant	4,297	1,953	
Pelayanan (X1)	0,450	0,084	0,504
Lokasi (X2)	0,381	0,086	0,418

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan perhitungan yang disajikan pada Tabel 4.14, maka menghasilkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,297 + 0,450 X1 + 0,381 X2 + 0,0203e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

α_0 : 4,297 sebagai nilai konstanta yang berarti bahwa apabila variabel bebas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) diasumsikan bernilai konstan atau nol maka variabel keputusan menjadi nasabah Bank Aceh akan mengalami peningkatan sebesar 4,297

b_1 : Koefisien Regresi variabel Pelayanan (X1) sebesar 0,450 menggambarkan bahwa pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Aceh. Dengan artian setiap peningkatan 1 satuan pada variabel pelayanan maka akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah Bank

Aceh sebesar 0,450 dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai konstan.

b_2 : Koefisien Regresi variabel Lokasi (X2) sebesar 0,381 menggambarkan bahwa pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Aceh. Dengan artian setiap peningkatan 1 satuan pada variabel lokasi maka akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah Bank Aceh sebesar 0,381 dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai konstan.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Parsial

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil pengujian menggunakan SPSS pada tabel 4.15 sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Secara Parsial

Model	T	Sig	Kesimpulan
Constant	2,200	0,030	
Pelayanan (X1)	5,337	0,000	Berpengaruh
Lokasi (X2)	4,427	0,000	Berpengaruh

Sumber: Data diolah (2022)

Diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% (2-tailed) dengan persamaan berikut:

$$t_{\text{tabel}} = n - k : \alpha/2$$

$$= 100 - 3 : 0,05/2$$

$$= 97 : 0,025$$

$$= 1,984$$

Berdasarkan kriteria penerimaan hipotesis hasil uji t, pada variabel Pelayanan (X1) menunjukkan nilai thitung sebesar 5,337. Nilai tersebut bertanda positif yang menandakan bahwa tolak H0 jika thitung > ttabel (5,337 > 1,984). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Pelayanan (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Aceh (Y)

Berdasarkan kriteria penerimaan hipotesis hasil uji t, pada variabel Lokasi (X2) menunjukkan nilai thitung sebesar 4,427. Nilai tersebut bertanda positif yang menandakan bahwa tolak H0 jika thitung > ttabel (4,427 > 1,984). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Lokasi (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Aceh (Y).

4.5.2 Uji Serempak

Uji serempak digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui pengaruh tersebut dilakukan perbandingan antara Fhitung dengan Ftabel. Jika nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel maka secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Begitupun sebaliknya, Jika nilai Fhitung lebih kecil dari Ftabel maka secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap

variabel terikat. Hasil pengujian secara serempak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Secara Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	5788,300	2	2894,150	190,636	0,000
Residual	1472,610	97	15,182		
Total	7260,910	99			

Sumber: Data diolah (2022)

Diketahui nilai F_{tabel} pada taraf signifikansi 5% (2-tailed) dengan persamaan berikut:

$$Df_1 = k - 1$$

$$= 3 - 1 = 2$$

$$Df_2 = N - k$$

$$= 100 - 3 = 97, \text{ sehingga nilai } F_{tabel} \text{ nya adalah } 3,09$$

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 190,636 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($190,636 > 3,09$) dan nilai signifikansi $< \alpha$ ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Aceh (Y).

4.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berguna untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen yakni Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) dapat menjelaskan variabel dependen yakni keputusan menjadi nasabah Bank Aceh (Y). Nilai koefisien determinasi berkisar dari 0 hingga 1. Nilai yang mendekati 0 menunjukkan hubungan lemah antara sekelompok variabel bebas dengan variabel terikatnya. Nilai mendekati 1 menunjukkan hubungan yang kuat. Hasil perhitungan koefisien determinasi yang telah diolah dengan *software* SPSS versi 23 sebagai berikut:

Tabel 4.17
Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Squared
1	0,893	0,797	0,793

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.17, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,797 atau 79,7%. Artinya keragaman keputusan menjadi nasabah Bank Aceh (Y) dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas yaitu Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) sebesar 79,7%. Sisanya sebesar 20,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Aceh

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Nasabah (Y) sebesar 0,000, nilai tersebut lebih kecil daripada alpha (0,05) dan nilai thitung lebih besar daripada ttabel ($5,337 > 1,984$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Pelayanan (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Aceh (Y).

Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maupun instansi merupakan dasar usaha peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi lebih harmonis serta meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan kepada suatu instansi, dalam penelitian ini instansi yang dimaksud adalah Bank Aceh. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka akan semakin besar pula peluang keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu (2020) bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat KCP Palopo. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung (Y). Dari hasil uji regresi linier berganda yaitu variabel pelayanan

merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat KCP Palopo. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syamsudin dkk (2020) pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri”. Hasil penelitian menjelaskan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan thitung variabel pelayanan sebesar 5,164 dengan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi juga keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah.

Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Pelayanan pada penelitian ini adalah bentuk jasa yang dilakukan oleh pihak Bank Aceh, dengan bentuk pelayanan karyawan yang ramah, sopan, perhatian, sabar, dapat memberikan informasi yang akurat, cepat dan tanggap.

4.7.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Aceh

Berdasarkan kriteria penerimaan hipotesis hasil uji t, pada variabel Lokasi (X_2) menunjukkan nilai thitung sebesar 4,427. Nilai tersebut bertanda positif yang menandakan bahwa tolak H_0 jika thitung > ttabel ($4,427 > 1,984$). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial dengan tingkat kesalahan 5% variabel Lokasi (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Aceh (Y)

Penentuan lokasi suatu bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Di samping lokasi yang strategis, hal lain yang juga mendukung lokasi tersebut adalah layout gedung dan layout ruangan bank itu sendiri. Penetapan *layout* yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya, lokasi dan layout merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu panduan yang serasi dan sepadan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sriwahyuni (2019) menemukan pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah (Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi)". Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dengan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas ($0,009 < 0,05$). Variabel Lokasi (X1) mempunyai thitung sebesar 2,666 dengan ttabel sebesar 1,987 diperoleh dari $df = 100 - 2 = 98$. Jadi thitung $>$ ttabel dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nopitasari (2017) menemukan pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan bank syariah". Hasil penelitian diketahui bahwa variabel lokasi (X1) berdasarkan uji t diperoleh t hitung $>$ t tabel pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,423, artinya lokasi berpengaruh sebesar 42,3% terhadap

keputusan nasabah. Persaingan yang ketat penentuan lokasi memiliki pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas penghimpunan dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan tercapai.

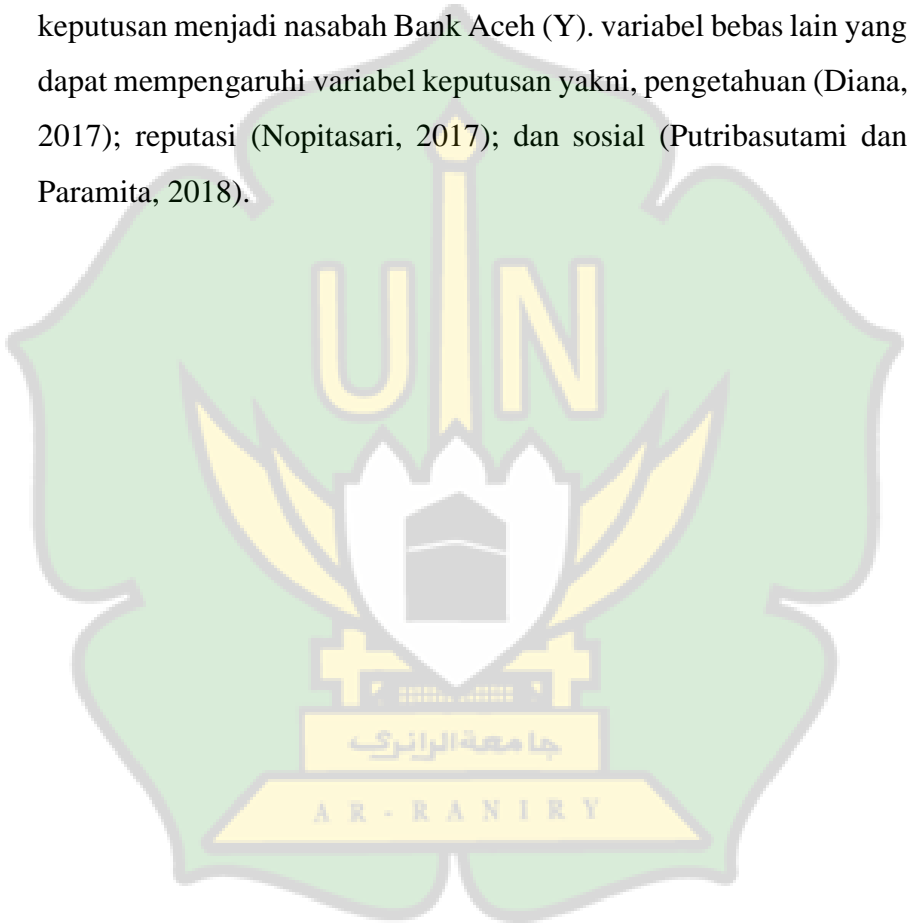
4.7.3 Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Aceh

Penelitian ini dibantu dengan aplikasi SPSS versi 23 yang dilakukan pada 100 sampel dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Terdapat 10 pernyataan pada Kualitas Pelayanan (X1), 11 pernyataan pada variabel Lokasi (X2), dan 10 pernyataan pada variabel Keputusan Nasabah (Y). Secara deskriptif nilai rata-rata pernyataan variabel Pelayanan (X1) sebesar 4,05, variabel Lokasi (X2) sebesar 4,17, variabel Keputusan Nasabah (Y) sebesar 4,00. Artinya seluruh sampel penelitian “sangat setuju” terhadap pernyataan yang diberikan.

Berdasarkan hasil uji secara simultan diperoleh nilai Fhitung sebesar 190,636 dan nilai Ftabel sebesar 3,090. Sehingga nilai Fhitung > Ftabel ($190,636 > 3,090$) dan nilai signifikansi < alpha ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Aceh (Y).

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,797 atau 79,7%. Artinya keragaman keputusan menjadi nasabah Bank Aceh (Y) dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas yaitu Pelayanan (X1) dan

Lokasi (X2) sebesar 79,7%. Sisanya sebesar 20,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Dari hasil koefisien determinasi jelas menentukan bahwa variabel Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) sudah cukup untuk menjelaskan keputusan menjadi nasabah Bank Aceh (Y). variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi variabel keputusan yakni, pengetahuan (Diana, 2017); reputasi (Nopitasari, 2017); dan sosial (Putribasutami dan Paramita, 2018).



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah (Studi PT. Bank Aceh Syariah KCP Darussalam). Kesimpulan yang dapat ditarik pada penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Aceh Darussalam.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Aceh Darussalam.
3. Variabel bebas yaitu Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian adalah:

1. Diharapkan kepada para pembaca penelitian ini sangat berguna untuk menumbuhkan gambaran PT Bank Aceh berdasarkan Pelayanan dan Lokasi.
2. Diharapkan kepada para peneliti untuk dapat menambahkan variabel-variabel lain yang sekiranya dapat meningkatkan

pengaruh keputusan nasabah dalam memilih PT Bank Aceh sebagai tempat penyimpanan keuangan.

3. Diharapkan kepada pimpinan dan staf PT Bank Aceh Syariah KCP Darussalam agar dapat meningkatkan efektivitas dalam bekerja agar nasabah dapat percaya terhadap PT Bank aceh.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan Terjemahannya.

Achmad, Tavip Junaedi, (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(1), 161-174

Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ayu, Niken. (2020). Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Muamalat KCP Palopo. *Skripsi Tidak dipublikasi*: Institut Agama Islam Negeri, Palopo.

Bawono, Anton. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.

Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada.

Deni Darmawan. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif* Cetakan 4 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 118.

Diana, Susanti Mei. (2017). Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT Bina Ummat Sejahtera kalijambe. *Skripsi Tidak dipublikasi*:

Fahmi, I. 2013. *Manajemen Pengambilan Keputusan*. Bandung: Alfabeta.

- Firdiansyah, Indra. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Waring Gubrak Kepri Mall Kota Malang, *Jurnal Elektronik*, 1(1),1-17.
- Ghozali, Imam (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, (2014). Analisis Penerapan Transaksi Murabahah Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat (BPR) Syariah Gebu Prima Medan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 14(1), 16-76.
- Hadi, Muhammad. (2019). Paradigma Masterpiece Keuangan Islam dan Aplikasinya Di Perbankan Syariah. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hamdi, Agustin. (2018). Studi Kelayakan Bisnis Syariah. Depok: Rajawali Pers.
- Hessel, Nogi S. Tangkilisan. (2005). *Manajemen Publik*, Jakarta: PT. Grasindo, h. 208.
- Hasan, Iqbal. (2009). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ivone, Olyvia. (2010). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas nasabah Kredit Dimensi Dengan Variabel Kepuasan (Studi persepsi Nasabah pada Unit-Unit Bank BRI Cabang Karanganyar). *Skripsi Tidak dipublikasi*: Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Ismail, Fajri. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana.

- Khalidi, (2016). The Impact of Interest Rate towards the Performance of Islamic Banks in Indonesia (Analysis of the Islamic Bank's Operation under Islamic Economic Perspective), 5(1), 64-70.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). (Benjamin Molan, Penerjemah). Jakarta: Indeks.
- Melbourne, D.A. (2014). *A New Method For Testing Normality Based Upon A Characterization Of The Normal Distribution*. Thesis.
- Nopitasari, Eka. (2017). Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah. *Skripsi Tidak dipublikasi*: Institut Agama Islam Negeri, Surakarta.
- Rianto, M. Nur Al- Arif. (2012), *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Nova, Mamuya. (2011). Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Non Muslim Terhadap Produk dan Layanan Bank Syariah di Kota Manado Sulawesi Utara, *Jurnal Universitas Manado*, 9(1), 92-104.
- Phillip, Kotler. (2004). *Manajemen Pemasaran*, Terj. Hendra Teguh, Benjamin dan Rony A. Rusli, Jilid 2 Jakarta: Gramedia.
- Permana, S.I, 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Ambassador Terhadap Citra Merk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Relic *Syndicate Skripsi Tidak Dipublikasi*, Bandung.
- Putribasutami, Cindhy Audina, and R. A. Sista Paramita. "Jurnal Ilmu Manajemen." *Universitas Negeri Surabaya* 6 (2018): 3
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.

- Rukajat, Ajat. (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Riza, Lukman Hakim dan Eliana. (2021). *Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh*, 5(1), 19-28
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Rosda Karya
- Suliyanto. (2011), *Ekonometika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta.114
- Sriwahyuni, Endang. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi). *Skripsi Tidak dipublikasi*: Institut Agama Islam Negeri, Ponorogo.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyudi, Setyo Tri. 2017. *Statistika Ekonomi: Konsep, Teori, dan Penerapan*. Malang: UB Press.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kepada Yth. Bpk/Ibu/Sdr

Di tempat

Dengan hormat, Sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi (TAS) yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah (Studi PT. Bank Aceh Syariah Kantor cabang Pembantu Darussalam)”** maka saya:

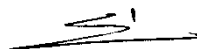
Nama : Muhammad Ilham

NIM : 170603236

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk meluangkan waktu guna mengisi angket ini untuk keperluan penelitian. Jawaban Bapak/Ibu/Sdr merupakan pendapat pribadi sesuai dengan yang Bapak/Ibu/Sdr alami. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban dianggap benar. Identitas dan keterangan yang telah Bapak/Ibu/Sdr berikan akan dijaga kerahasiaannya, sehingga tidak perlu ragu untuk memberikan jawaban karena hanya untuk kepentingan penelitian penyusun skripsi.

Peneliti



Muhammad Ilham

NIM: 170603236

Lampiran 2. Identitas Responden

1	Nama	(boleh tidak diisi)	
2	Alamat		
3	Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
4	Usia	<input type="checkbox"/> < 20 Tahun <input type="checkbox"/> 21-30 Tahun <input type="checkbox"/> 31-40 Tahun	<input type="checkbox"/> 41-50 Tahun <input type="checkbox"/> > 51 Tahun
5	Pendidikan Terakhir	<input type="checkbox"/> SD/SMP/SMA <input type="checkbox"/> DIPLOMA III <input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> S2 <input type="checkbox"/> Lainnya....
6	Pendapatan	<input type="checkbox"/> < Rp 2.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 2. 100.000-4.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 4.100.000-6.000.000	<input type="checkbox"/> Rp 6.100.000-8.000.000 <input type="checkbox"/> > Rp 8.100.000
7	Perkerjaan	<input type="checkbox"/> Karyawan <input type="checkbox"/> PNS/Honorer <input type="checkbox"/> Wirausaha	<input type="checkbox"/> Mahasiswa <input type="checkbox"/> Pelajar <input type="checkbox"/> Lainnya...
8	Pengalaman menjadi nasabah Bank Aceh	<input type="checkbox"/> <2 tahun <input type="checkbox"/> 2 – 4 tahun	<input type="checkbox"/> >4 tahun

1. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Responden diharapkan dapat menjawab pertanyaan dengan memberikan tanda (√) pada pertanyaan yang telah disediakan. Pertanyaan yang disediakan dijawab sesuai dengan skala likert, mulai dari skala 1-5 semakin besar angka yang anda pilih menandakan semakin puas, dan sebaliknya.

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

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuisisioner dengan sebenar-benarnya.

Keputusan Menjadi nasabah Bank Aceh

No	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Pengenalan Kebutuhan						
1	Saya membutuhkan produk pendanaan Bank Aceh					
2	Saya membutuhkan produk pembiayaan Bank Aceh					
Pencarian Informasi						
3	Saya mencari informasi sebanyak mungkin sebelum menabung di Bank Aceh dari berbagai sumber					
4	Saya menanyakan secara langsung informasi lebih lanjut					

	melalui staf Bank Aceh sebelum memutuskan menabung					
Evaluasi Alternatif						
5	Saya memilih Bank Aceh dari pada bank lainnya untuk bertransaksi lebih nyaman					
6	Bank Aceh menjadi pilihan saya untuk menabung karna berbeda dengan bank syariah lainnya					
Keputusan Pembelian						
7	Saya memutuskan untuk menjadi nasabah Bank Aceh setelah mengevaluasi beberapa Bank lainnya					
8	Saya merasa yakin dengan keputusan menjadi nasabah di Bank Aceh					
Perilaku Pasca Pembelian						
9	Saya puas dengan produk yang tersedia pada Bank Aceh					
10	Saya setia bertahan untuk menggunakan jasa Bank Aceh yang tersedia					

Kualitas Pelayanan

No	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Tangibles (Berwujud)						
1	Pegawai Bank Aceh selalu berpakaian yang rapi dan sopan					
2	Bank Aceh memiliki fasilitas yang lengkap, nyaman dan bersih, serta aman untuk digunakan (misalnya : ruang tunggu, tempat parkir, dll).					
Reability (Kehandalan)						

3	Informasi yang diberikan Bank Aceh mudah di mengerti dan di pahami.					
4	Bank Aceh dapat menyimpan data dengan benar dan akurat					
Responsiveness (Ketanggapan)						
5	Bank Aceh memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabah					
6	Staf Bank Aceh melayani nasabah dengan cepat dan tepat serta memberikan informasi yang jelas					
Assurance (Jaminan)						
7	Bertanggung jawab kepada nasabah dan memiliki pelayanan yang optimal					
8	Staf Bank Aceh bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi					
Empathy (Empati)						
9	Staf Bank Aceh bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah					
10	Staf Bank Aceh penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi					

Lokasi

No	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Akses						
1	Lokasi Bank Aceh KCP Darussalam yang strategis sehingga mudah dijangkau.					

2	Lokasi Bank Aceh KCP Darussalam dekat dengan pemukiman masyarakat sehingga mudah di akses.					
3	Dapat di akses oleh pejalan kaki ataupun kendaraan bermotor.					
Visibilitas						
4	Dapat dilihat dengan jelas dari jarak yang jauh.					
5	Berada di tepi jalan sehingga mudah ditemukan.					
6	Berdeketan dengan kampus, pemukiman dan pasar.					
Tempat Parkir yang Luas dan Aman						
7	Lokasi parkir Bank Aceh KCP Darussalam luas dan rapih.					
8	Lokasi Bank Aceh berada dilingkungan yang aman.					
9	Memiliki fasilitas parkir yang nyaman.					
Lingkungan						
10	Bank Aceh KCP Darussalam berada di pusat keramaian					
11	Lingkungan disekitar Bank Aceh KCP Darussalam sangat aman					

Lampiran 3. Hasil Tabulasi Jawaban Responden

1. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Nasabah (Y)

No	Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		F _r	%	F _r	%	F _r	%	F _r	%	F _r	%	
1	Y.1	3	3,0	2	2,0	2	21,0	4	43,0	3	31,0	3,97
2	Y.2	1	1,0	4	4,0	1	17,0	4	40,0	3	38,0	4,10
3	Y.3	4	4,0	8	8,0	1	13,0	3	34,0	4	41,0	4,00
4	Y.4	1	1,0	5	5,0	1	15,0	3	35,0	4	44,0	4,16
5	Y.5	4	4,0	6	6,0	1	16,0	3	35,0	3	39,0	3,99
6	Y.6	6	6,0	4	4,0	2	20,0	3	32,0	3	38,0	3,93
7	Y.7	4	4,0	4	4,0	1	18,0	4	42,0	3	32,0	3,94
8	Y.8	4	4,0	5	5,0	1	16,0	3	33,0	4	42,0	4,04
9	Y.9	3	3,0	5	5,0	2	24,0	3	32,0	3	36,0	3,93
10	Y.10	4	4,0	2	2,0	2	20,0	4	40,0	3	34,0	3,98
Rata-Rata												4,00

2. Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan (X1)

No	Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		F _r	%	F _r	%	F _r	%	F _r	%	F _r	%	
1	X1.1	3	3,0	4	4,0	1	15,0	2	25,0	5	53,0	4,21
2	X1.2	4	4,0	4	4,0	1	14,0	3	37,0	4	41,0	4,07

3	X1.3	4	4,0	3	3,0	13,3	39,9	41,0	4,10
4	X1.4	2	2,0	5	5,0	16,6	37,0	40,0	4,08
5	X1.5	5	5,0	4	4,0	17,7	34,4	40,0	4,00
6	X1.6	4	4,0	7	7,0	15,5	34,4	40,0	3,99
7	X1.7	2	2,0	5	5,0	18,8	34,4	41,0	4,07
8	X1.8	2	2,0	7	7,0	18,8	28,8	45,0	4,07
9	X1.9	3	3,0	7	7,0	21,0	28,0	41,0	3,97
10	X1.10	3	3,0	6	6,0	21,0	28,8	42,0	4,00
Rata-Rata									4,05

3. Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi (X2)

No	Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		F _r	%	F _r	%	F _r	%	F _r	%	F _r	%	
1	X2.1	3	3,0	2	2,0	17,0	17,0	28,0	28,0	50,0	50,0	4,20
2	X2.2	2	2,0	4	4,0	14,0	14,0	28,0	28,0	52,0	52,0	4,24
3	X2.3	2	2,0	2	2,0	15,0	15,0	31,0	31,0	50,0	50,0	4,25
4	X2.4	1	1,0	7	7,0	19,0	19,0	36,0	36,0	37,0	37,0	4,00
5	X2.5	2	2,0	3	3,0	15,0	15,0	26,0	26,0	54,0	54,0	4,27
6	X2.6	2	2,0	4	4,0	15,0	15,0	25,0	25,0	54,0	54,0	4,27
7	X2.7	1	1,0	6	6,0	17,0	17,0	42,0	42,0	34,0	34,0	4,02

8	X2.8	1	1,0	5	5,0	18	18,0	34	34,0	42	42,0	4,11
9	X2.9	1	1,0	4	4,0	16	16,0	34	34,0	45	45,0	4,18
10	X2.10	1	1,0	3	3,0	17	17,0	32	32,0	47	47,0	4,21
11	X2.11	1	1,0	3	3,0	17	17,0	34	34,0	45	45,0	4,19
Rata-Rata											4,17	



Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	Koefisien Korelasi (r_{hitung})	Nilai Kritis 5% (r_{tabel})	Validitas
Variabel Independen				
Pelayanan (X1)	X1.1	0,866	0,196	<i>Valid</i>
	X1.2	0,917	0,196	<i>Valid</i>
	X1.3	0,897	0,196	<i>Valid</i>
	X1.4	0,923	0,196	<i>Valid</i>
	X1.5	0,933	0,196	<i>Valid</i>
	X1.6	0,933	0,196	<i>Valid</i>
	X1.7	0,926	0,196	<i>Valid</i>
	X1.8	0,930	0,196	<i>Valid</i>
	X1.9	0,929	0,196	<i>Valid</i>
	X1.10	0,937	0,196	<i>Valid</i>
Lokasi (X2)	X2.1	0,898	0,196	<i>Valid</i>
	X2.2	0,916	0,196	<i>Valid</i>
	X2.3	0,873	0,196	<i>Valid</i>
	X2.4	0,902	0,196	<i>Valid</i>
	X2.5	0,911	0,196	<i>Valid</i>
	X2.6	0,925	0,196	<i>Valid</i>
	X2.7	0,913	0,196	<i>Valid</i>
	X2.8	0,922	0,196	<i>Valid</i>
	X2.9	0,900	0,196	<i>Valid</i>
	X2.10	0,864	0,196	<i>Valid</i>
	X2.11	0,934	0,196	<i>Valid</i>
Variabel Dependen				
Keputusan Nasabah (Y)	Y.1	0,817	0,196	<i>Valid</i>
	Y.2	0,779	0,196	<i>Valid</i>
	Y.3	0,710	0,196	<i>Valid</i>
	Y.4	0,663	0,196	<i>Valid</i>
	Y.5	0,838	0,196	<i>Valid</i>
	Y.6	0,913	0,196	<i>Valid</i>
	Y.7	0,924	0,196	<i>Valid</i>
	Y.8	0,905	0,196	<i>Valid</i>
	Y.9	0,910	0,196	<i>Valid</i>
	Y.10	0,913	0,196	<i>Valid</i>

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas

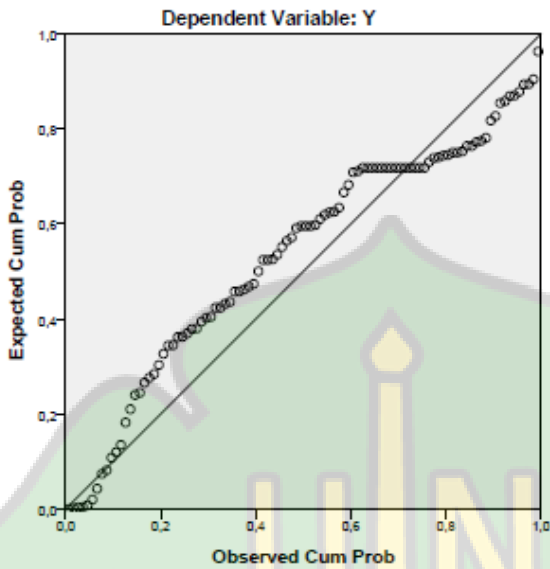
Variabel	Jumlah Item Pertanyaan	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis Cronbach's Alpha	Ket
Pelayanan (X1)	10	0,979	0,60	Reliabel
Lokasi (X2)	11	0,978	0,60	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	10	0,953	0,60	Reliabel

Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	1,325
Asymp Sig (2-tailed)	0,060

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pelayanan (X1)	0,235	4,264
Lokasi (X2)	0,235	4,264

3. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig
Pelayanan (X1)	1,000
Lokasi (X2)	1,000

Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
Constant	4,297	1,953	
Pelayanan (X1)	0,450	0,084	0,504
Lokasi (X2)	0,381	0,086	0,418

1. Hasil Uji t

Model	t	Sig	Kesimpulan
Constant	2,200	0,030	
Pelayanan (X1)	5,337	0,000	Berpengaruh
Lokasi (X2)	4,427	0,000	Berpengaruh

2. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	5788,300	2	2894,150	190,636	0,000
Residual	1472,610	97	15,182		
Total	7260,910	99			

3. Hasil Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Squared
1	0,893	0,797	0,793