

**PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH MENABUNG DI BMT EL- MUNAWAR AR.HAKIM MEDAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:  
**CUT HARYATI**  
NPM: 1401280035



**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

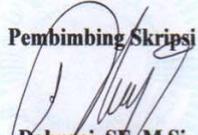
## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah selesai diberikan bimbingan dan penelitian skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh

**NAMA** : CUT HARYATI  
**NPM** : 1401280035  
**PROGRAM STUDI** : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
**JUDUL SKRIPSI** : PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
MENABUNG DI BMT EL-MUNAWAR  
A.R. HAKIM MEDAN

Medan, 16 Maret 2018

Pembimbing Skripsi

  
Dahrani, SE, M.Si  
Diketahui/ Disetujui  
Oleh:

**Ketua Program Studi**  
**Manajemen Bisnis Syariah**

  
Isra Hayati, S.Pd, M.Si

**Dekan**  
**Fakultas Agama Islam**

  
Dr. Muhammad Qorib, M.A

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini disusun oleh:

**NAMA : CUT HARYATI**

**NPM : 1401280035**

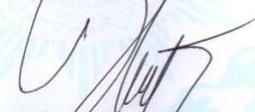
**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
MENABUNG DI BMT EL-MUNAWAR  
A.R. HAKIM MEDAN**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 16 Maret 2018

Pembimbing Skripsi



**Dahrani, SE, M.Si**  
Diketahui/ Disetujui  
Oleh:

**Ketua Program Studi**

**Manajemen Bisnis Syariah**



**Isra Hayati, S.Pd, M.Si**

**Dekan**

**Fakultas Agama Islam**



**Dr. Muhammad Qorib, M.A**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh:

**NAMA** : CUT HARYATI

**NPM** : 1401280035

**PROGRAM STUDI** : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

**JUDUL SKRIPSI** : PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
MENABUNG DI BMT EL-MUNAWAR  
A.R. HAKIM MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 16 Maret 2018

Pembimbing Skripsi



**Dahrani, SE, M.Si**  
Diketahui/ Disetujui  
Oleh:

**Ketua Program Studi**

**Manajemen Bisnis Syariah**



**Isra Hayati, S.Pd, M.Si**

**Dekan**

**Fakultas Agama Islam**



**Dr. Muhammad Qorib, M.A**

**BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

**NAMA MAHASISWA** : Cut Haryati  
**NPM** : 1401280035  
**PROGRAM STUDI** : Manajemen Bisnis Syariah  
**HARI, TANGGAL** : Selasa, 27 Maret 2018  
**WAKTU** : 08.00 s.d selesai

**TIM PENGUJI**

**PENGUJI I** : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
**PENGUJI II** : Sri Fitri Wahyuni, SE, MM

**PANITIA PENGUJI**

**Ketua**

**Sekretaris**

Dr. Muhammad Qorib, MA

Zailani, S.PdI, MA

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Cut Haryati  
NPM : 1401280035  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Agama Islam  
Alamat : Amper III, Gelugur Darat II

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bmt El- Munawar Ar.Hakim Medan”.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, maka kesalahan dan kekeliruan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya, saya ucapkan terima kasih.

Medan, 05 Maret 2018

Yang Membuat Pernyataan



Cut Harvati

## ABSTRAK

**CUT HARYATI. 1401280035. "Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bmt El-Munawar Ar.Hakim Medan. 2018." Skripsi. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

Lokasi adalah tempat perusahaan akan beroperasi untuk melakukan berbagai kegiatan, lokasi yang strategis dapat memudahkan nasabah bertransaksi dan memberi pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Pelayanan merupakan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus dapat mempengaruhi tingkat keputusan pada nasabah karna kehandalan dalam memberikan pelayanan menyebabkan nasabah merasa puas. Keputusan adalah tindakan dalam suatu masalah atau problema untuk menentukan pilihan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT El-Munawar Medan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan studi dokumentasi dan angket dengan teknik analisis data menggunakan asumsi klasik, regresi linear berganda, uji-t, uji-F, dan koefisien determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *software* SPSS (*statistic package for the social sciens*) 21 *for windows*.

Hasil regres linier berganda  $Y = 4.580 + 0,556X_1 + 0,188 X_2 + e$  Dari uji t variable lokasi diperoleh  $t_{hitung} 3.615 > 2.069 t_{tabel}$ , menunjukkan ada pengaruh signifikan antara variable lokasi terhadap keputusan nasabah. Kemudian variable pelayanan nilai  $t_{hitung} 2,914 > 2,069 t_{tabel}$  ada pengaruh signifikan antara variable pelayanan terhadap keputusan nasabah.

Uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  pada tabel adalah  $8.989 > 3,442$  Nilai koefisien determinasi diperoleh 0,450 atau 45,0% menunjukkan 45,0 variabel keputusan nasabah (Y) dipengaruhi lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ). Sisanya 55% dipengaruhi oleh variable yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Lokasi, Peayanan, Keputusan**

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah, atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis serta tidak lupa juga Shalawat beriring salam penulis tujukan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda tercinta Bapak Uaman. B, Ibunda tersayang Siti Rohani dan nenek tersayang Rodiah yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan serta nasehat kepada putrinya ini dalam bentuk apapun dan tidak pernah lupa untuk selalu memberikan semangat dan harapan sehingga penulis termotivasi untuk menggapai segala cita-citanya terutama dalam menjalankan kuliah dengan baik dan dapat memperoleh hasil yang terbaik.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Zailani, S.Pd.I, MA selaku wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Isra Hayati, S.Pd, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Ibu Khairunnisa, MM selaku sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Dahrani, SE, M,Si selaku dosen pembimbing laporan magang yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyusunan laporan magang.
8. Ibu Nurrahmah Amini, S.Ag, M.Ag, selaku dosen Pembimbing Akademik Program Studi dan Bisnis Manajemen Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, yang telah membimbing penulis selama perkuliahan.
9. Seluruh Staff Dosen pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
10. Dan seluruh sahabat saya Surya Hanafi, Muhammad Ariga, Fahri Afdila, Muhammad Irham Afandi Pohan, Titin Agustia, Suci Fitria, Nur Aisyah, Nur aisyah Nasution, Tutia Ulfi, Jumaida Herlina Limbong, Handayani Tri Hapsari Lumban Gaol, Catur Puji Ningtias dan Manajemen Bisnis Syariah yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dan juga sahabat-sahabat lainnya.

Akhir kata saya sebagai penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca dan penulis khususnya. Penulis mengharapkan saran dan kritik bersifat membangun kesempurnaan skripsi ini, sekian dan terima kasih.

Medan, 16 Maret 2018

Cut Haryati  
1401280035

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Uraian Teori .....	9
1. Lokasi .....	9
2. Pelayanan.....	12
3. Keputusan .....	18
B. Kajian Terdahulu .....	22
C. Kerangka konseptual.....	25
D. Hipotesis Penelitian .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	30
B. Defenisi Operasional Variabel .....	30
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	33
D.. Populasi dan Sampel .....	34
E. Teknik Pengumpulan Data .....	35
F. Uji Instrumen Penelitian .....	36
G. Teknik Analisis Data.....	38

**BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN**

A. .Deskripsi Data .....	47
B. Analisis Data.....	54
C. Pembahasan .....	65

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	60
B. Saran .....	60

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar II-1	Paradigma penelitian Lokasi terhadap Keputusan ..... 26
Gambar II-3	Paradigma Penelitian Pelayanan terhadap Keputusan ..... 27
Gambar II-4	Paradigma Penelitian Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah..... 28
Gambar IV-1	Grafik Histogram ..... 55
Gambar IV-2	Grafik Normalitas..... 55
Gambar IV-3	Heterokedastisitas ..... 58
Gambar IV-4	Kriteria Pengujian Hipotesis ..... 62
Gambar IV-5	Kriteria Pengujian Hipotesis ..... 62
Gambar IV-6	Kriteria Pengujian Hipotesis ..... 64

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel I-1 Jumlah Nasabah.....	2
Tabel II-1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel III-1 Indikator Lokasi.....	31
Tabel III-2 Indikator Pelayanan .....	32
Tabel III-3 Indikator Keputusan .....	32
Tabel III-4 Waktu Penelitian .....	33
Tabel III-5 Skala Pengukuran Likert.....	36
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	44
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan.....	45
Tabel IV-4 Skor Angket Lokasi .....	46
Tabel IV-5 Skor Angket Pelayanan .....	47
Tabel IV-6 Skor Angket Keputusan.....	49
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Lokasi .....	50
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Pelayanan.....	51
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Keputusan .....	51
Tabel IV-10 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi .....	52
Tabel IV-11 Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan.....	53
Tabel IV-12 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Nasabah .....	53
Tabel IV-13 Uji Multikolinearitas .....	56
Tabel IV-14 Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel IV-15 Uji T.....	60
Tabel IV-16 Uji F.....	63
Tabel IV-17 Koefisien Determinasi .....	65

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Lembaga keuangan yang berbasis syariah merupakan salah satu komponen di dalam sistem ekonomi yang dibangun atas dasar prinsip-prinsip agama Islam atau syariah. Konsep ekonomi syariah dimaksudkan untuk menyusun suatu sistem kegiatan ekonomi yang terjadi di dalamnya. Dari segi sosialisasi sistem ekonomi syariah mengenai wawasan dan pengetahuan tentang ekonomi syariah, ekonomi Syariah merupakan sistem ekonomi yang lebih memberikan daya tawar positif. Dari sekian banyak lembaga keuangan syariah, BMT merupakan lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Baitul Mal Wat Tamwil lebih bergerak dibagian kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu Baitul Mal Wat Tamwil juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan praturan dan amanatnya. BMT juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi, dan sebagai lembaga keuangan BMT bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) yang mempercayakan dananya disimpan di BMT dan menyalurkan dana kepada masyarakat (anggota BMT) yang diberikan pinjaman oleh BMT. Sedangkan sebagai lembaga ekonomi, BMT berhak melakukan kegiatan ekonomi, mengelola kegiatan perdagangan, industri, dan pertanian.<sup>1</sup>

Koperasi syariah BMT El-Munawar Medan telah berdiri sejak tanggal 28 oktober 2008, BMT El-Munawar mengalami ketidak stabilan pada anggota nasabah yakni mengalami kenaikan dan penurunan anggota dari tahun 2012 sampai tahun 2016. Dibawah ini tabel jumlah nasabah dalam tiap tahunnya sebagai berikut :<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Andri Soemitra, ” *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* ”, Edisi Pertama (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), hlm.452

<sup>2</sup> Dokumen BMT El-Munawar Medan 23 Desember 2016

**Tabel 1-1**  
**Tabel Jumlah Nasabah**

No	Tahun	Jumlah
1	2012	1694
2	2013	1454
3	2014	1468
4	2015	1892
5	2016	1583

Dari table diatas menunjukkan bahwa adanya ketidak stabilan jumlah nasabah yang aktif dalam penyimpanan dana nasabah pada BMT El-Munawar Medan.

Dalam hal ini adapun faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam penurunan tingkat jumlah nasabah yang kurang stabil seperti, menghadapi pesaing ialah pemilihan lokasi yang strategis karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan. Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi.<sup>3</sup> Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Selain itu lokasi tempat berdirinya BMT tersebut mejadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan masyarakat memilih untuk menggunakan jasa BMT. Setiap nasabah akan melakukan berbagai macam keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk jasa. Proses pengambilan keputusan menjadi suatu masalah yang kompleks yang mendasari pengambilan keputusan tersebut. lokasi terhadap keputusan pembelian menurut Ma'ruf (2005: 114) menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap

---

<sup>3</sup> Susanti Mei Diana ,”*Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di Bmt Bina Umat Sejahtera Kalijambe*”, (Skripsi Sarjana Serata 1 IAIN Surakarta, 201)hlm . 6

keputusan menabung nasabah di mana lokasi yang tepat, sebuah perusahaan akan lebih sukses di bandingkan perusahaan lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama.<sup>4</sup>

Melihat perkembangan lembaga keuangan saat ini, seharusnya pihak lembaga keuangan tersebut dapat menerapkan strategi agar nasabah termotivasi untuk menabung yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, maka lembaga keuangan tersebut harus meningkatkan kualitas pelayanan. Karna kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>5</sup> pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus dapat mempengaruhi tingkat keputusan pada nasabah, baik secara bersama-sama maupun secara parsial karna kehandalan dalam memberikan pelayanan menyebabkan nasabah merasa puas.<sup>6</sup>

Adapun faktor kualitas dimensi pelayanan terdiri dari lima faktor, yaitu: (1) *Reliability* ; yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera dan memuaskan; (2) *Responsiveness* ; yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap; (3) *Assurance* ; yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keraguan; (4) *Emphaty* ; yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan; (5) *Tangibles* ; yaitu fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.<sup>7</sup>

Untuk meningkatkan kualitas layanan diperlukan pengetahuan strategik dalam bisnis (*business strategy*). Hal ini diperlukan untuk meningkatkan *profesionalisme* dalam bidang pelayanan. Dalam hal ini pelanggan memilih

---

<sup>4</sup> Rizqa Ramadhani Tyas, "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bmt Sumber Mulia Tuntang" (Skripsi Sarjana Serata 1 STAIN 2012), hlm 30.

<sup>5</sup> Olivia Firda Yuanita, "Pengaruh Prduk, Kualitas jasa, Peromosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi Pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur)", ( Skripsi Sarjana Serata 1 Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2017), hlm 25

<sup>6</sup> *Ibid* hlm 9.

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm 7

pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan setelah menikmati jasa, nasabah akan cenderung membandingkan dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati berada jauh dibawah jasa yang mereka harapkan, maka nasabah akan meninggalkan pemberi jasa tersebut. Sebaiknya, jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan, mereka akan cenderung untuk memakai kembali produk dan jasa tersebut. Selain itu, pelanggan juga membutuhkan komitmen dan kesungguhan petugas dalam melayani pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi pada BMT El Munawar Ar. Hakim Medan nasabah kurang puas dalam lokasi dan pelayanan, dikarenakan pemilihan lokasi kurang strategis, lokasi yang jauh dari tempat nasabah untuk menyimpan dan meminjam dana, tempat yang kurang luas, serta lokasi pasar yang kurang bersehati, dan nasabah kurang mendapatkan pelayanan yang optimal, maka dengan pelayanan yang optimal pada nasabah akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung, kurangnya empati, daya tangkap dan kehandalan juga mempengaruhi nasabah menabung di BMT tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pentingnya lokasi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dengan judul: "Pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT El-Munawar Ar.Hakim Medan".

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Lokasi yang kurang strategis.
2. Lokasi yang jauh dari nasabah untuk mmenabung.
3. Kurangnya pelayanan yang optimal pada nasabah
4. Kurangnya kehandalan pegawai.
5. Serta kurangnya empati

### **C. Batasan Masalah**

Mengingat luasnya permasalahan, untuk menghindari kesimpangsiuran dalam pembahasan, penganalisaan dan mengingat keterbatasan analisa, waktu, biaya dan tenaga juga untuk memperjelas penelitian ini maka penulis membatasi permasalahan hanya pada lokasi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT El-Munawar Ar. Hakim Medan.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka perumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT El-Munawar Ar.Hakim Medan ?
- b. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT El-Munawar Ar.Hakim Medan ?
- c. Apakah lokasi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT El-Munawar Ar.Hakim Medan ?

### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dan mengamati pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT El-Munawar Ar.Hakim Medan.
- b. Untuk mengetahui dan mengamati pengaruh pelayanan pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT El-Munawar Ar.Hakim Medan.
- c. Untuk mengetahui dan mengamati pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT El-Munawar Ar.Hakim Medan.

## **2. Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pihak yang membacanya. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah penelitian ini dapat memberikan pengetahuan ilmiah dalam bidang sumber daya manusia khususnya dibidang pelayanan, lokasi, dan keputusan nasabah untuk menabung di BMT El-Munawar Ar.Hakim Medan
- b. Manfaat Praktis dari penelitian ini adalah penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan tempat penelitian dilakukan khususnya untuk memperbaiki kualitas sumber daya manusia.
- c. Manfaat bagi peneliti selanjutnya, sebagai referensi dan juga sumber informasi dalam melakukan penelitian selanjutnya khususnya dengan judul yang sama sehingga hasilnya dapat lebih baik dari penelitian terdahulu.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Lokasi**

###### **a. Pengertian Lokasi**

Lokasi suatu perusahaan akan mempengaruhi tingkat keberhasilan perusahaan. perusahaan yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah berintraksi atau berurusan dengan perusahaan tersebut. Sejumlah perusahaan di dunia menggunakan konsep dan tehnik untuk masalah lokasi. Lokasi sangat mempengaruhi resiko dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Menurut Al Arif (2012, hlm.142) lokasi adalah tempat yang mudah dijangkau baik dari posisi jalan maupun angkutan yang melewatinya serta *layout* (tata ruang) dan desain *interior* gedung dan ruangan yang dapat memberikan kenyamanan bagi nasabahnya.<sup>8</sup> Menurut Swastha (2001, hlm 187) mengemukakan bahwa lokasi (place) adalah menunjukkan berbagai kegiatan yang di lakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen.<sup>9</sup>

Menurut kedua teori para ahli diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan akan beroperasi untuk melakukan berbagai kegiatan, lokasi yang strategis dapat memudahkan nasabah bertransaksi.

###### **b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi lokasi**

Lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah, menurut Al Arif (2012, hlm. 136) secara khusus ada dua faktor yang menjadi pertimbangan dalam penentuan lokasi suatu perusahaan yaitu:

---

<sup>8</sup> M.Nur Rianto Al Arif," *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*", cetakan kedua (Bandung : Alfabeta, 2012).hlm142

<sup>9</sup> Siti Sarah Dianita," *Pengaruh Fasilitas, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BMT( Studi kasus pada BMT El- Syifa Ciganjur, Jakarta Selatan)*",( Skripsi Sarjana Serata 1 universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015, hlm 40).

1. Faktor primer.

Pertimbangan dalam faktor primer dalam penentuan lokasi bank adalah:

- a. Dekat dengan pasar.
- b. Dekat dengan perumahan .
- c. Tersedia tenaga kerja baik jumlah maupu kualitas yang diinginkan.
- d. Terdapat fasilitas pengangkutan.
- e. Tersedia sarana dan prasarana.
- f. Sikap masyarakat.

2. Faktor sekunder.

Pertimbangan dalam factor sekunder dalam penentuan lokasi perusahaan adalah:

- a. Biaya untuk investasi di lokasi.
- b. Proses perkembangan harga tanah, gedung atau kemajuan dilokasi tersebut .
- c. Kemungkinan untuk perluasan lokasi.
- d. Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat perbelanjaan atau perumahan.
- e. Masalah pajak dan peraturan perubahan di daerah setempat.<sup>10</sup>

Adapun menurut Tjiptono (2000: hlm.41) lokasi meliputi faktor-faktor sebagai berikut :

a. Akses

Misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.

b. Visibilitas

Misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.

c. Lalu lintas (*traffic*)

Dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:

1. Banyaknya orang yang berkali-kali bisa memberi peluang terjadinya impulse buying .

---

<sup>10</sup> M.Nur Rianto Al Arif, “*Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*”, cetakan kedua (Bandung : Alfabeta, 2012).hlm. 136

2. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan.

d. Tempat parkir yang luas dan aman.

e. Ekspansi

Yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.

f. Lingkungan

Yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan .

g. Persaingan

Yaitu lokasi persaingan.

h. Peraturan pemerintah

Maka penulis dapat menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi terdiri dari faktor primer dan faktor sekunder, dimana faktor primer yang bisa dijangkau oleh nasabah dan faktor sekunder ialah faktor yang susah dijangkau nasabah.

### **c. Tujuan dan manfaat lokasi**

a. Tujuan lokasi

Tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi bisnis yang paling tepat untuk bisnis jasa adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar.

b. Manfaat lokasi

Adapun manfaat lokasi usaha yang merupakan hal yang penting dalam mendirikan suatu usaha. Karena semakin strategis lokasi dari usaha tersebut maka semakin memberikan dampak yang baik untuk perusahaan seperti menambah pendapatan perusahaan, menambah konsumen perusahaan, dan sebagainya.

### **d. Indikator Lokasi**

Berman & Evans dalam Ma'ruf (2006 : hlm113) lokasi dapat di ukur dari beberapa indikator :

1. Ketersediaan lahan parkir sarana tempat parkir yang luas dan terjamin keamanannya.
2. Memiliki tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.

3. Lokasi yang strategis memiliki akses transportasi yang mudah memiliki peran penting dalam mempengaruhi setiap keputusan konsumen.<sup>11</sup>

Maka dapat di simpulkan bahwa indikator lokasi sebagai nilai yang dipergunakan untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan, mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen.

## 2. Pelayanan

### a. Pengetian pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan bagian dari sistem pemasaran yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dan sebagai strategi untuk merebut pangsa pasar dalam menghadapi persaingan. Untuk memperjelas pengertian pelayanan, maka akan dikutip pendapat beberapa ahli tentang pengertian pelayanan antara lain :

Menurut Kecgan dan Warren (2003) pelayanan adalah “suatu paradigma yang merupakan semangat dari perusahaan, sikap untuk menyokong dan memenangkan persaingan masa depan”.<sup>12</sup>

Menurut Wyckof yang dikutip oleh Tjiptono (2000: 59) bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>13</sup>

Menurut (Mowen (2002 : hlm7). kualitas pelayanan merupakan evaluasi konsumen tentang kesempurnaan kinerja layanan. Kualitas pelayanan bersifat dinamis yaitu berubah menurut tuntutan pelanggan.

Menurut ketiga teori dari para ahli di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pelayanan adalah sangat penting bagi perusahaan, bila perusahaan yang ini unggul dalam persaingan maka perusahaan harus

---

<sup>11</sup> Muhammad Fajar Fahrudin, pengaruh promosi, *Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Mandiri di Surabaya*, Artkel Ilmiah (Surabaya: Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2015) hlm.6

<sup>12</sup> Raihanah Daulay, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan” , dalam *Manajemen dan Bisnis* , vol. 10 hlm 4

<sup>13</sup> Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, “pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia Tunang “, dalam *Muqtasid*, vol.3 hlm 283

memperbaiki pelayanan dan memberikan pelayanan yang baik. Perusahaan yang tidak memberikan pelayanan yang baik maka akan kalah dalam persaingan.

### **b. Sikap Melayani Nasabah**

Setelah mengerti sifat-sifat nasabah secara umum, maka langkah atau sikap melayani nasabah pun harus diperhatikan. Sikap yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan. Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani nasabah:

- a. Beri kesempatan nasabah berbicara.
- b. Dengarkan baik-baik.
- c. Jangan memotong pembicaraan.
- d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara.
- e. Jangan marah dan jangan murah tersinggung.
- f. Jangan berdebat dengan nasabah.
- g. Jaga sikap sopan, marah, dan selalu berlaku tenang.
- h. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya.
- i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.<sup>14</sup>

### **c. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan**

Menurut Tjiptono (2006 : hlm 59) pelayanan terdiri dari dua faktor utama yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Citra Chumairoh, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan", (Skripsi Sarjana Serata 1 UMSU Medan, 2015)hlm . 9

<sup>15</sup> Dian Pramana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Syariah ( Studi Kasus di Hotel Islam Aceh House Medan)" (Skripsi Sarjana Serata 1 UMSU Medan, 2015)hlm . 18

Adapun menurut Raihanah Daulay (2010 : hlm 10) Pelayanan merupakan faktor dari perusahaan jasa untuk dapat bersaing dan untuk dapat menarik konsumen terhadap produk jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu perusahaan jasa perbankan harus memperhatikan standar pelayanan yang harus diberikan, seperti fasilitas fisik, kenyamanan, ketepatan keandalan, keramah tamahan.<sup>16</sup>

Adapun indikator pelayanan yang dikemukakan Lupiyoadi (2001 : hlm.148-149) adalah:

1. Keandalan (*Reliability*): suatu kemampuan dalam memenuhi janji (tepat waktu, konsisten, kecepatan dalam pelayanan) merupakan suatu hal yang penting dalam pelayanan. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan terkait dan mencerminkan kredibilitas perusahaan dalam pelayanan.
2. Bukti langsung (*tangibles*): penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Penampilan fisik pelayanan seperti penampilan fisik, perlatan, karyawan, dan komunikasi akan memberikan warna dalam pelayanan pelanggan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*): suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) kepada pelanggan, membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan (*assurance*): pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

---

<sup>16</sup> Raihanah Daulay, "Analisis Pelayanan dan Bagihasil Terhadap keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Kota Medan," Dalam manajemen dan bisnis, Vol 10 hlm 10.

5. Empati (empathy): memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen.<sup>17</sup>

#### **d. Ciri-ciri Pelayanan yang baik**

pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri, ciri-ciri pelayanan yang baik, antara lain sebagai berikut:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
- b. Tersedi karyawan yang baik .
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
- e. Mampu berkomunikasi.
- f. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- g. Berusaha memahami kebutuhan nasabah .
- h. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

#### **e. Indikator Pelayanan**

Rambat Lupiyoadi, 2013:216-217), indikator pengukuran kualitas pelayanan yaitu :

a. *Tangible* (Bukti Langsung)

Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan kantor, sarana komunikasi, penampilan gedung, desai interior yang nyaman, dan penampilan karyawan.

b. *Reliability* (Kehandalan)

Yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan, pelayanan yang terbaik baik dari segi waktu dan hasilnya.

---

<sup>17</sup> Ajeng Utami Ikasari, "Sri Suryoko & Sendhang Nurseto, pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah", dalam Diponegoro Jurnal Of Social And Politic, <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>. Hlm 3

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Yaitu kegiatan para *staff* untuk memberikan pelayanan dengan tanggap, respon yang cepat dalam membantu para pelanggan dan bersedia memberikan saran maupun solusi yang tepat dari permasalahan yang dihadapi konsumen.

d. *Assurance* (Jaminan)

Yaitu mencakup kemampuan memberikan rasa kepercayaan yang tinggi kepada konsumen, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para *staff*, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.

e. *Emphaty* (Empati)

Yaitu dapat memberikan perhatian maupun rasa peduli dalam proses pelayanan, kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.<sup>18</sup>

Maka dapat di simpulkan bahwa indikator pelayanan sebagai nilai atau karakteristik tertentu yang di pergunakan untuk mengukur *output* atau *outcome* suatu kegiatan.

### 3. Keputusan

#### a. Pengertian keputusan konsumen

Banyak pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan para ahli, salah satunya yang didefinisikan oleh Engell dan kawan-kawan (1994) yang berpendapat bahwa perilaku konsumen didefinisikan sebagai salah satu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan memberikan pendapat terhadap tindakan tersebut.

Menurut Ghozali Maski (2010: hlm 46) keputusan adalah suatu pengakhiran dari pada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema

---

<sup>18</sup> Muhammad Fajar Fahrudin, ” pengaruh promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Mandiri di Surabaya”, Artkel Ilmiah (Surabaya: Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2015) hlm7

untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.<sup>19</sup>

Sedangkan menurut Kotler, (2002: hlm 234). Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.<sup>20</sup>

Menurut kedua teori dari para ahli di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa keputusan nasabah untuk menabung harus melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Banyaknya lembaga keuangan syariah yang juga menawarkan produk tabungan mudharabah menjadikan banyak pilihan alternatif, jika masyarakat telah memutuskan alternatif yang dipilih dan mungkin penggantinya jika diperlukan, maka dia akan melakukan keputusan menggunakan atau tidak menggunakan jasa lembaga keuangan.

#### **b. Tujuan Keputusan**

Suatu kegiatan yang dilakukan biasanya ada tujuan yang ingin dicapai, atau minimal kegiatan tersebut di usahakan mengarah/mendekati hal yang dicapai. Tujuan dari pengambilan keputusan, adalah mengetahui lebih dahulu apa tujuan dari pengambilan keputusan itu.

Menurut Ghozali Maski (2010: hlm 46) Pengambilan keputusan adalah suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah yang memiliki fungsi antara lain sebagai berikut:

1. Pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara institusional maupun secara organisasional.
2. Sesuatu yang bersifat *futuristic*, artinya bersangkutan paut dengan hari yang akan datang, masa yang akan datang, di mana efeknya atau pengaruhnya

---

<sup>19</sup> Ghozali Maski, Analisis Keputusan Nasabah Menabung: "Pendekata Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang", dalam *Journal of Indonesian Applied Economics*, Vol. 4 hlm. 46.

<sup>20</sup> Susanti Meidiana, "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Bagihasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe" (Skripsi Sarjana Serata 1 IAIN Surakarta, 2017)hlm . 4

berlangsung cukup lama. Sedangkan tujuan pengambilan keputusan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Tujuan yang bersifat tunggal.
- b. Tujuan yang bersifat ganda.<sup>21</sup>

### c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan

Perilaku masyarakat ini mengenai minat untuk menyimpan dananya di BMT terutama tabungan yaitu bahwa nasabah/penabung tidak lagi menganggap bunga sebagai faktor terpenting dalam membuat keputusan menabung tetapi lebih memilih kepada kemudahan dan kenyamanan bertransaksi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler (2002: 223) yaitu:

1. faktor budaya, yang meliputi kultur, sub kultur dan kelas sosial.
2. faktor sosial, yang meliputi kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
3. faktor pribadi, yang meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep pribadi.
4. faktor psikologis, yang meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan sikap pendirian.<sup>22</sup>

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:483) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, di antaranya:

- a. Bauran pemasaran adalah paduan unik dari produk, distribusi, promosi, dan strategi harga yang dirancang untuk menghasilkan hubungan yang saling menguntungkan dengan target market.
- b. Lingkungan sosial budaya meliputi keluarga, kelompok referensi, sumber nonkomersial, kelas sosial, dan sub budaya.
- c. Psikologis konsumen, proses keputusan pembelian dipengaruhi oleh unsur psikologis yang menentukan tipe pembelian yang dibuat oleh konsumen.

<sup>21</sup> Ghozali Maski, Analisis Keputusan Nasabah Menabung: "Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang", dalam *Journal of Indonesian Applied Economics*, Vol. 4 hlm. 46.

<sup>22</sup> Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tunang," dalam *Jurnal Muqtasid*, vol 3, hlm 286

Unsur-unsur psikologis tersebut meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap.<sup>23</sup>

#### **d. Indikator**

Menurut Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009:185), indikator pengukuran keputusan menabung yaitu :

- a. Pengenalan kebutuhan (*Problem Recognition*) yaitu proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan yang nyata dengan yang diinginkan. Kebutuhan dipicu oleh *stimuli intern* dan *ekstern*.
- b. Pencarian Informasi (*Information Search*) yaitu konsumen yang tergerak oleh stimuli akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi, sumber-sumber informasi konsumen seperti, sumber pribadi, sumber komersial, sumber pengalaman dan sumber media masa.
- c. Evaluasi Alternatif (*Evaluation Of Alternatives*) yaitu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam satu susunan pilihan.
- d. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*) pada keputusan pembelian dipengaruhi oleh dua faktor, yang pertama adalah sikap atau pendirian orang lain. Kedua adalah faktor situasi yang tidak diantisipasi. Konsumen membentuk suatu maksud pembelian atas faktor-faktor seperti pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan.
- e. Perilaku setelah pembelian produk, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidak-puasan tertentu. Kepuasan atau ketidak-puasan konsumen dengan suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya.

---

<sup>23</sup> Oldy Ardhana, " Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang)," (Skripsi Sarjana Serata 1 Universitas Diponegoro 2010)hlm 9

## B. Kajian Terdahulu

Beberapa penelitian tentang lokasi, pelayanan dan keputusan yang sudah pernah dilakukan sebelumnya terdapat pada tabel II-1.

**Table II-1**  
**Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Jurnal	Variabel	Hasil penelitian
1	Rizqa Ramadhaning Tyas dan Ari Setiawan	Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang.	Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung	Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan tersebut lebih ditingkatkan akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia, dan lokasi berada di tempat yang strategis dalam hal ini dekat dengan pusat kegiatan masyarakat serta pemukiman penduduk maka akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT.
2	Siti Sarah Dianita	Pengaruh Fasilitas, Pelayanan Dan Lokasi	Fasilitas, Pelayanan Dan Lokasi	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk

		Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bmt	Terhadap Keputusan Nasabah	menganalisis pengaruh fasilitas, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BMT El-Syifa Cigantur Jakarta Selatan. Bahwa faktor fasilitas dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BMT. Sedangkan faktor lokasi menunjukkan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BMT.
3	Muhammad Fajar Fahrudin	Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Mandiri Di Surabaya	Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung	Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui variabel promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung

				<p>pada Bank Mandiri di Surabaya. Variabel yang memiliki pengaruh terbesar dalam keputusan nasabah menabung yaitu kualitas pelayanan yang berpengaruh positif signifikan, sehingga Dapat dikatakan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri selalu akan meningkat pula.</p>
4	Raihanah Daulay	Analisis Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Kota Medan.	Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung.	Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel independent (pelayanan dan bagi hasil) terhadap keputusan menabung nasabah, ternyata variabel pelayanan lebih besar pengaruhnya terhadap variabel keputusan menabung nasabah

5	Olivia Firda Yuanita	Pengaruh Produk, Kualitas Jasa, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi Pada Bmt Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur)	Produk, Kualitas Jasa, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung	Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh produk, kualitas jasa, promosi dan lokasi terhadap masyarakat memilih BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur. Hasil penelitian menunjukkan produk, kualitas jasa dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur. Adapun lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur.
---	-------------------------	---	---	--

### C. Kerangka Konseptual

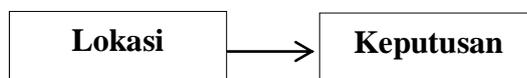
Kerangka konseptual merupakan penjelasan tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Pada landasan teori menjelaskan beberapa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen struktur modal. Untuk itu perlu dianalisis masing-masing pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun variabel independen dalam hal ini adalah lokasi dan pelayanan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah. Dalam memberikan gambaran dalam kerangka berpikir pada bagian ini dapat dikembangkan sebagai berikut:

#### 1. Hubungan lokasi terhadap keputusan nasabah

Menurut Swastha (2002: 158) bahwa agar konsumen dapat memutuskan terhadap suatu produk atau jasa salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Lokasi juga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menabung.<sup>24</sup>

Hubungan lokasi terhadap keputusan pembelian/menabung menurut Ma'ruf (2005: 114) menyatakan bahwa, "lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi konsumen di mana lokasi yang tepat, sebuah perusahaan akan lebih sukses di bandingkan perusahaan lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama".<sup>25</sup> Jadi lokasi dengan keputusan sangat berhubungan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan.



**Gambar II-1**

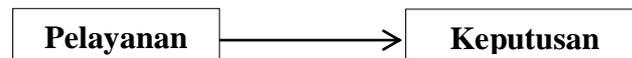
#### **Paradigma penelitian Lokasi terhadap Keputusan**

<sup>24</sup> Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tunang", dalam Jurnal Muqtasid, vol 3 hlm 294

<sup>25</sup> Olivia Firda Yuanita, "Pengaruh Prduk, Kualitas jasa, Peromosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi Pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur)", ( Skripsi Sarjana Serata 1 Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2017)hlm 39

## 2. Hubungan antara Pelayanan dan Keputusan Nasabah

Kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat keunggulan maka pelayanan merupakan modal utama bagi perusahaan jasa untuk dapat bersaing dan untuk dapat menarik konsumen terhadap produk jasa yang ditawarkan. Berdasarkan hasil penelitian dari Tri Astuti, Rr. Indah Mustikawati (2013), Monang Ranto Tambunan dan Inggrita Gusti Sari Nasution (2013), dan Nabila H Zhafira (2013) membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung. Berdasarkan pada literatur yang menjelaskan Kualitas Pelayanan, maka Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.<sup>26</sup>



**Gambar II-2**

### **Paradigma Penelitian Pelayanan terhadap Keputusan**

## 3. Hubungan Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah

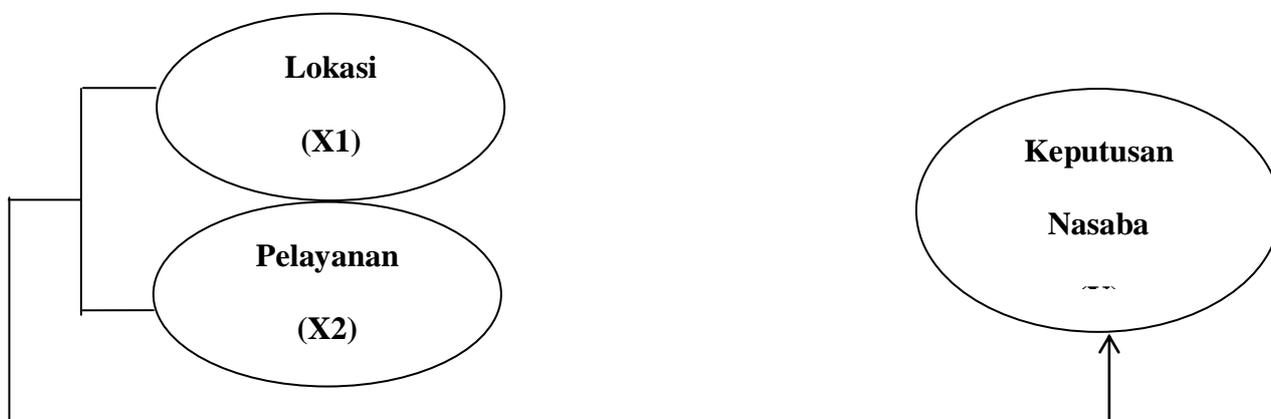
Melihat penelitian-penelitian yang telah disampaikan di atas, dimana dari masing-masing variabel tersebut, baik itu lokasi maupun pelayanan menghasilkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT El-Munawar Medan. Lokasi yang strategis dapat menjadikan salah satu indikator penting untuk keputusan nasabah menabung karena keberadaan lokasi dalam sebuah institusi sangatlah penting. Selain dengan lokasi juga diperlukan pelayanan. Dimana pelayanan dalam sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Dengan adanya

<sup>26</sup> Muhammad Fajar Fahrudin, " pengaruh promosi, *Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Mandiri di Surabaya*", Artikel Ilmiah (Surabaya: Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2015) hlm.10

lokasi yang strategis dan pelayanan yang baik maka akan membuat nasabah akan royal dan puas untuk menabung.

Dalam hal ini sama dengan hasil dari penelitian yang di lakukan Monang Ranto Tambunan dan Inggrita Gusti Sari Nasution pada tahun (2013) menunjukkan bahwa secara simultan variabel lokasi, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.<sup>27</sup>

Untuk melihat pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dapat dilihat berdasarkan pada paradigma penelitian berikut:



**Gambar II-3**  
**Paradigma Penelitian**

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan diatas, maka kerangka berpikir variabel independen dan dependen dalam melihat pengaruh antara variabel baik secara simultan dan parsial, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

- a. Ada pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT El-Munawar Ar.Hakim Medan.
- b. Ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT El-Munawar Ar.Hakim Medan.
- c. Ada pengaruh lokasi dan pelayanan keputusan nabah untuk menabung di BMT El-Munawar Ar.Hakim Medan.

<sup>27</sup> *Ibid.*

## **BAB III**

### **METEDOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Berdasarkan jenis masalah yang diselidiki, tempat dan waktu yang dilakukan serta teknik dan alat yang digunakan dalam melakukan penelitian, maka pendekatan yang digunakan adalah assosiatif dan kuantitatif. Pendekatan assosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel guna mengetahui hubungan/pengaruh antara variabel yang satu dengan yang lainnya. Sedangkan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini data yang telah didapat berwujud angka-angka yang dapat dihitung jumlahnya.

#### **B. Defenisi operasional Variabel**

Defenisi operasional variabel dalam penelitian ada 3 (tiga) variable yang diukur yaitu Lokasi (X1), dan Pelayanan (X2), sebagai variablel bebas dan Keputusan (Y) sebagai variabel terikat.

Defenisi operasional variabel yang akan digunakan dalam penelitan ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Lokasi**

Lokas (X1) adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan, karena lokasi berpengaruh pada nasabah. Hubungan lokasi terhadap keputusan pembelian/menabung menurut Ma'ruf (2005: 114) menyatakan bahwa, "lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi konsumen di mana lokasi yang tepat, sebuah perusahaan akan lebih sukses di bandingkan perusahaan lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama".

Muhammad Fajar Fahrudin (2015: hal 6) menyatakan bahwa ada beberapa indikator lokasi, diantaranya yaitu:

**Tabel III-1**  
**Indikator Lokasi**

No	Indikator	Nomor butir pertanyaan
1	Ketersediaan lahan parkir	1,2
2	Memiliki tempat yang cukup luas	3,4
4	Lokasi yang strategis	5,6,7

Sumber: Berman & Evans dalam Ma'ruf (2006 : hlm113)

## 2. Pelayanan

Pelayanan (X2) adalah Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Berdasarkan hasil penelitian dari Tri Astuti, Rr. Indah Mustikawati (2013), Monang Ranto Tambunan dan Inggrita Gusti Sari Nasution (2013), dan Nabila H Zhafira (2013) membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung. Berdasarkan pada literatur yang menjelaskan Kualitas Pelayanan, maka Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

**Tabel III-2**  
**Indikator Pelayanan**

No	Indikator	Nomor butir pertanyaan
1	Bukti Langsung	1,2,
2	Kehandalan	3,4
3	Daya Tanggap	5

4	Jaminan	6
5	Empati	7

Sumber : Rambat Lupiyoadi, 2013:216-217).

### 3. Keputusan

Keputusan (Y) adalah diama suatu nasabah mempunyai permasalahan dan nasabah atau konsumen mengetahui persoalannya sehingga nasabah bisa menentukan keputusannya. Hasil dari penelitian yang di lakukan Monang Ranto Tambunan dan Inggrita Gusti Sari Nasution pada tahun (2013) menunjukkan bahwa secara simultan variabel lokasi, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

**Tabel III-3**  
**Indikator Keputusan**

No	Indikator	Nomor butir pertanyaan
1	Pengenalan kebutuhan	1
2	Pencarian Informasi	2
3	Evaluasi Alternatif	4
4	Keputusan Pembelian	5,6
5	Perilaku setelah pemberian produk	7

Sumber : Lupiyoadi (2001 : hlm.148-149)

### C. Tempat dan Waktu Penelitian

#### 1. Tempat penelitian :

BMT El-Munawar Medan jalan Ar. Hakim No 274.

#### 2. Waktu Penelitian :



## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi Penelitian

Menurut Azuar (2014, hal 51) Populasi merupakan totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam sebuah wilayah penelitian.<sup>28</sup> Dalam hal ini populasi adalah Nasabah BMT El-Munawar Ar.Hakim Medan. Dalam penentuan sampel penulis mengambil seluruh bagian populasi yang berjumlah 2050 orang nasabah.

### 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan menggunakan teknik *sampling accidental sampling* dimana teknik penelitian sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan penelitian dan anggota sampel yang diambil tidak direncanakan terlebih dahulu tetapi didapatkan atau dijumpai secara tiba-tiba maka penulis akan meneliti nasabah sebagai sampel yang berjumlah 25 orang nasabah.

Untuk menentukan sampel maka dalam penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin:

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

$$n = \frac{2050}{1 + 2050(0,20)^2}$$

$$= 24,698795 = 25 \text{ nasabah}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu di inginkan yaitu sebesar 20%.<sup>29</sup>

<sup>28</sup> Azuar Juliandi dan Irfan Saprinal Manurung, “*Metedologi Penelitian Bisnis*”, Cetakan Kedua, (Medan: UMSU Press, 2015)hlm 51

<sup>29</sup> Siti sarah Dianita,” pengaruh fasilitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BMT “, (Skripsi Sarjana Serata 1 UIN, Jakarta, 2015, hlm 52.

Dari rumus Slovin diatas, diperoleh jumlah sampel sebesar 25 nasabah dari 2050 populasi yang ada pada BMT El-Munawar Medan.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

##### 1. Dokumentasi

Tehnik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.<sup>30</sup> Didalam melaksanakan metode dokumentasi, penulis meneliti benda-benda tertulis seperti buku, dokumen, dan sebagainya.

##### 2. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.<sup>31</sup> Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin.<sup>32</sup> Sebelum membuat daftar pernyataan terlebih dahulu dibuat kisi-kisi instrumen dengan menjabarkan variabel menjadi sub variabel yang akan diukur. Dibawah ini tabel kisi-kisi angket sebagai berikut:

**Tabel III-5**  
**Skala Pengukuran Likerts**

<b>Pernyataan</b>	<b>Bobot</b>
Sangat setuju	5
Setuju	4

<sup>30</sup> Koenjajaraningrat, " *Metode-metode Penelitian Masyarakat*," (Jakarta: Gramedia, 1997), hlm73.

<sup>31</sup> Muhammad Sakban, "Pengaruh Loyalitas Karyawan Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Padang Bulan Medan", *skripsi*, Program Sarjana Strata 1 UMSU Medan, 2017, h.29

<sup>32</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Grafindo Persada,2006), h.65

Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

## F. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk menentukan besar atau tidaknya instrument data yang diperoleh serta menentukan tingkat kevaliditasan istrumen data. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi pearson product moment yang dirumuskan sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

n = banyaknya pasangan pengamatan

$\sum x_i$  = jumlah pengamatan variabel x

$\sum y_i$  = jumlah pengamatan variabel y

$(\sum x_i^2)$  = jumlah kuadrat pengamatan variabel x

$(\sum y_i^2)$  = jumlah pengamatan variabel y

$(\sum x_i)^2$  = kuadrat jumlah pengamatan variabel x

$(\sum y_i)^2$  = pengamatan jumlah variabel y

$\sum x_i y_i$  = jumlah hasil kali variabel x dan y

Kriteria penerimaan / penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

- 1) Tolak H<sub>0</sub> jika nilai korelasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung < nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig 2-tailed <  $\alpha$ 0,05).

- 2) Terima  $H_0$  jika nilai korelasi adalah negatif dan atau probabilitas yang dihitung  $>$  nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig 2-tailed  $>$   $\alpha$ 0,05.<sup>33</sup>

### b. Uji Reabilitas

Menurut Juliandi & Irfan (2015, hal. 80) menyatakan bahwa “Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Juliandi & Irfan (2015, hal.82) menyatakan bahwa “ jika nilai koefisien realibilitas  $>$ 0,6 maka instrumen memiliki realibilitas yang baik”.

Menurut Juliandi & Irfan (2015, hal.86) menyatakan bahwa pengujian realibilitas dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrument (*cronbach alpha*)

$K$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma_1^2$  = Varians Total<sup>34</sup>

Kriteria pengujiannya :

- a) Jika nilai *cronbach alpha*  $\geq$  0,6 maka instrument variabel adalah reliabel (terpercaya)
- b) Nilai koefisien relibilitas (*Cronbach Alpha*) di atas adalah 0,791  $>$  0,6 maka kesimpulannya instrumen yang di uji adalah reliabelreliabel (tidak terpercaya)

<sup>33</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm 248.

<sup>34</sup> Azuar Juliandi dan Irfan Saprinal Manurung, “*Metedologi Penelitian Bisnis*”, Cetakan Kedua, (Medan: UMSU Press, 2015)hlm 82.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut rumus untuk melihat analisis linier berganda :

$$Y = \beta + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja Pegawai

$\beta$  = Konstanta

$\beta_1$  dan  $\beta_2$  = Besaran koefisien regresi dari masing - masing variabel

$X_1$  = Motivasi

$X_2$  = Kompensasi

e = Error

### 2. Uji Asumsi Klasik

Hipotesis memerlukan uji asumsi klasik, karena model analisis yang dipakai adalah regresi linier berganda. Asumsi klasik yang dimaksud terdiri dari:

#### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variable dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak.<sup>35</sup> Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Kriteria pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

---

<sup>35</sup> Azuar Juliandi dan Irfan Saprinal Manurung, “*Metedologi Penelitian Kuantitatif*”, Cetakan pertama, (Bandung: Cita pustaka 2013), hlm 174

### **b. Uji Multikolinearitas**

Digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel independen. Apabila terdapat korelasi antar variabel bebas, maka terjadi multikolinearitas, demikian juga sebaliknya. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflasi Factor*) antar variabel independen dan nilai *tolerance*. Batasan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan  $VIF > 10$ .

### **c. Uji Heterokedastisitas**

Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas. Ada tidaknya heterokedastisitas dapat diketahui dengan melalui grafik scatterplot antar nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heterokedastisitas adalah :

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik - titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

## **3. Pengujian Hipotesis**

### **a. Uji Secara Parsial (Uji t)**

Uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = nilai  $t_{hitung}$

$r_{xy}$  = korelasi xy yang ditemukan

n = jumlah sampel

Bentuk pengujian adalah:

a)  $H_0: r_i = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

b)  $H_0: r \neq 0$ , artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

#### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk melihat semua pengaruh variable bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau untuk menguji model regresi signifikan atau tidak signifikan.

$$Fh = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

$R^2$  = koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

Bentuk pengujiannya adalah:

$H_0 : \beta = 0$ , tidak ada pengaruh antara variabel x dengan variabel y.

$H_0 : \beta \neq 0$ , ada pengaruh antara variabel x dengan variabel y.

#### 4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

D = Determinasi

$R^2$  = Nilai korelasi berganda

100% = Persentase Kontribusi<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*", (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm 277

## BAB IV DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN

### A. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, penulis mengolah angket dalam bentuk data yang terdiri dari 7 pertanyaan untuk variabel Keputusan (Y), 7 pertanyaan untuk variabel Lokasi ( $X_1$ ) dan 7 pertanyaan untuk variabel Pelayanan ( $X_2$ ), dimana yang menjadi variabel Y adalah Keputusan, yang menjadi variabel ( $X_1$ ) adalah Lokasi dan Pelayanan sebagai variabel ( $X_2$ ). Angket yang disebar ini diberikan kepada 25 orang nasabah BMT El-Munawar Medan. Sebagai responden dengan berjenis kelamin perempuan 56% dan berjenis kelamin laki-laki 44% berdasarkan usia kurang dari 21 tahun 24% , usia 20-30 tahun 24%, usia 31-40 tahun 32%, dan usia 41-50 tahun 20%, berdasarkan pekerjaan pegawai pemerintah 04%, pegawai swasta 24%, wiraswasta 64% kuliah 8%.

Dari hasil penelitian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa 25 nasabah dengan mayoritas perempuan 56%, mayoritas berdasarkan usia 31-40 tahun 32%, berdasarkan pekerjaan wiraswasta 64% .

#### 1. Identitas Responden

Untuk mengetahui identitas responden maka dapat dilihat dari karakteristik responden berikut ini :

a) Jenis Kelamin Responde

Responden penelitian sebanyak 25 orang respon yang masing-masing terdiri dari 11 orang laki-laki (%) dan 14 orang perempuan (%).

**Tabel IV-1**  
**Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

No	Karakteristik Responden	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	11	44%

2	Perempuan	14	56%
	<b>Jumlah</b>	25	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2018)

b) Kelompok Umur

Dari 25 orang responden yang penulis teliti, banyaknya responden pada kelompok umur kurang dari umur 21 tahun sebanyak 6 orang (24%), 20-30 tahun sebanyak 6 orang (24%), 31-40 tahun sebanyak 8 orang (32%), 41-50 tahun sebanyak 5 orang (20%) dan yang berumur lebih dari 50 tahun keatas sebanyak 0 orang (0%).

**Tabel IV-2**  
**Karakteristik responden berdasarkan umur**

No	Karakteristik Responden	Jumlah	Persentase
1	Kurang dari 21 tahun	6	24%
2	20-30 Tahun	6	24%
3	31- 40 Tahun	8	32%
4	41-50 Tahun	5	20%
5	>50 Tahun	0	0%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2018)

c) Pekerjaan

Dari 25 orang responden, responden yang memiliki pekerjaan pegawai pemerintah 1 orang (04%) pegawai swasta 6 orang (24%), wiraswasta sebanyak 16 orang (64%) Kuliah sebanyak 2 orang (08%), dan sekolah sebanyak 0.

**Tabel IV-3**  
**Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan**

<b>NO</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
1	Pegawai pemerintah	1	04%
2	Pegawai Swasta	6	24%
3	Wiraswasta	16	64%
4	Kuliah	2	08%
5	sekolah	0	0%
	<b>Jumlah</b>		100%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2018)

d) Deskripsi Jawaban Responden

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu, Lokasi ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ) Keputusan ( $Y$ ). Deskripsi dari pertanyaan akan menampilkan opsi jawaban setiap responden terhadap setiap item pertanyaan yang diberikan penulis kepada responden.

**Tabel IV-4**  
**Skor Angket untuk Variabel Lokasi ( $X_1$ )**

<b>Alternatif Jawaban</b>												
<b>No</b>	<b>SS</b>		<b>S</b>		<b>NT</b>		<b>TS</b>		<b>STS</b>		<b>JUMLAH</b>	
<b>Item</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>1</b>	2	8	17	68	24	24	0	0	0	0	25	100
<b>2</b>	0	0	17	68	8	32	0	0	0	0	25	100
<b>3</b>	3	12	18	72	4	16	0	0	0	0	25	100
<b>4</b>	4	16	13	52	8	32	0	0	0	0	25	100



<b>1</b>	0	0	14	56	7	28	2	8	0	0	25	100
<b>2</b>	4	16	11	44	8	32	2	8	0	0	25	100
<b>3</b>	2	8	13	52	8	32	2	8	0	0	25	100
<b>4</b>	4	16	14	56	6	24	1	4	0	0	25	100
<b>5</b>	4	16	14	56	6	24	1	4	0	0	25	100
<b>6</b>	2	8	14	56	8	32	1	4	0	0	25	100
<b>7</b>	2	8	13	52	8	32	2	8	0	0	25	100

Dari tabel sebelumnya dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban responden tentang pelayanan fasilitas penunjang yang dimiliki BMT El-Munawar lengkap seperti buku tabungan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 14 orang atau 56%.
2. Jawaban responden tentang pelayanan karyawan BMT El-Munawar memberikan informasi melalui media komunikasi seperti telpon, mengenai kegiatan dalam penerimaan dan pengeluaran, mayoritas responden menjawab 11 orang 44%.
3. Jawaban responden tentang pelayanan karyawan BMT El-Munawar bersedia membantu ketika saya mengalami kendala, mayoritas responden menjawab setuju 13 orang atau 54%.
4. Jawaban responden tentang pelayanan ketika ada kendala dan kekeliruan yang terjadi, petugas akan menindak lanjuti dengan segera, mayoritas responden menjawab setuju 14 orang atau 68 %.
5. Jawaban responden tentang pelayanan, saya merasa puas dengan karyawan BMT yang memberikan layanan kasir yang relative cepat, mayoritas responden menjawab setuju 14 orang atau 52%.
6. Jawaban responden tentang pelayanan perusahaan BMT El-Munawar memberikan bantuan pinjaman uang ketika saya memerlukannya, mayoritas responden menjawab setuju 14 orang atau 56%.
7. Jawaban responden tentang pelayanan Karyawan selalu melayani saya dengan sopan dan ramah, mayoritas responden menjawab setuju 13 orang atau 52%.

**Tabel IV-6**  
**Skor Angket untuk Variabel Keputusan (Y)**

<b>Alternatif Jawaban</b>												
<b>No</b>	<b>SS</b>		<b>S</b>		<b>KS</b>		<b>TS</b>		<b>STS</b>		<b>JUMLAH</b>	
<b>Item</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>1</b>	2	8	16	64	7	8	0	0	0	0	25	100
<b>2</b>	2	8	16	64	7	28	0	0	0	0	25	100
<b>3</b>	3	12	17	68	5	20	0	0	0	0	25	100
<b>4</b>	4	16	14	56	6	24	1	4	0	0	25	100
<b>5</b>	4	16	15	60	6	24	0	0	0	0	25	100
<b>6</b>	6	24	16	64	3	12	0	0	0	0	25	100
<b>7</b>	2	8	18	72	5	20	0	0	0	0	25	100

Dari tabel sebelumnya dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban responden tentang keputusan, terdapat produk tabungan tanpa potongan di BMT El-Munawar membuat saya tidak mudah berpaling, mayoritas responden menjawab setuju 16 orang atau 64%.
2. Jawaban responden tentang keputusan, saya memilih produk BMT El-Munawar karna mengetahui oprasionalnya, mayoritas responden menjawab setuju 16 orang atau 64%.
3. Jawaban responden tentang keputusan, saya tetap memilih produk tabungan BMT El-Munawar walaupun saya tahu banyak peroduk tabungan di lembaga keuangan lainnya, mayoritas responden menjawab 17 orang atau 68%.
4. Jawaban responden tentang keputusan, saya memilih produk tabungan di BMT El-Munawar karna sebelumnya sudah banyak nasabah yang menggunakannya, mayoritas responden menjawab 14. orang atau 56%.
5. Jawaban responden tentang keputusan ,saya memilih menabung di BMT El-Munawar karnaproduk sesuai kebutuhan seperti menabung sesuai dengan pendapatan, mayoritas responden menjawab 15 orang atau 60%.

6. Jawaban responden tentang keputusan dalam penyimpanan tabungan tidak terdapat pesenan sehingga saya merasa saya merasa optimis dalam menabung, mayoritas responden menjawab 16 orang atau 64%.
7. Jawaban responden tentang keputusan adanya pelayanan yang baik di BMT El-Munawar membuat saya tidak bisa berpaling pada lembaga keuangan lainnya, mayoritas responden menjawab 18 orang atau 72%.

## 2. Pengujian Validitas dan Reabilitas

### a. Uji Validitas

**Tabel IV-7**

**Hasil Uji Validitas Instrumen Variable X<sub>1</sub> (Lokasi)**

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item1	0,772 (positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item2	0,567 (positif)	0,003 < 0,05	Valid
Item3	0,757 (positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item4	0,737 (positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item5	0,789 (positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item6	0,418 (positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item7	0,690 (positif)	0,000 < 0,05	Valid

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 7 dengan nilai probabilitas < 0,05 yang artinya semua item pernyataan dari variabel (X<sub>1</sub>) (lokasi ) dinyatakan valid.

**Tabel IV-8**

**Hasil Uji Validitas Instrumen Variable X<sub>2</sub> (Pelayanan)**

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item1	0,731 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item2	0,735 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item3	0,879 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid

Item4	0,678 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item5	0, 678 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item6	0, 666 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item7	0,879 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 7 dengan nilai probabilitas < 0,05 yang artinya semua item pernyataan dari variabel X<sub>2</sub> (pelayanan) dinyatakan valid.

**Tabel IV-9**

**Hasil Uji Validitas Instrumen Variable Y (Keputusan)**

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item1	0,380 (Positif)	0,061 < 0,05	Valid
Item2	0,639 (Positif)	0,001 < 0,05	Valid
Item3	0, 671(Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item4	0, 783 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item5	0,599 (Positif)	0,002 < 0,05	Valid
Item6	0,502 (Positif)	0,011 < 0,05	Valid
Item7	0,509 (Positif)	0,009 < 0,05	Valid

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 7 dengan nilai probabilitas < 0,05 yang artinya semua item pernyataan dari variabel Y (Keputusan) dinyatakan valid.

**a. Uji Reabilitas**

Pengujian reabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Menurut Arikunto dalam Juliandi & Irfan (2013, hal. 86) dikatakan reliabel bila hasil Cronbach Alpha > 0,6. Berikut ini adalah tabel hasil pengujian reabilitas pada penelitian ini :

**Tabel IV-10**

**Hasil Uji Reabilitas Lokasi (X1)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	7

Jika nilai probabilitas koefisien reabilitas (Cronbach Alpha) diatas adalah  $0.802 > 0,6$  maka kesimpulan instrument yang diuji yaitu variabel lokasi adalah Reliabel (terpercaya).

**Tabel IV-11**

**Hasil Uji Reabilitas Pelayanan (X2)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	7

Jika nilai probabilitas koefisien reabilitas (Cronbach Alpha) diatas adalah  $0,870 > 0,6$  maka kesimpulan instrument yang diuji yaitu variabel pelayanan adalah Reliabel (terpercaya).

**Tabel IV-12**

**Hasil Uji Reabilitas Keputusan Nasabah (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.685	7

Jika nilai probabilitas koefisien reabilitas (Cronbach Alpha) diatas adalah  $0,685 > 0,6$  maka kesimpulan instrument yang diuji yaitu variabel kepuasan nasabah adalah Reliabel (terpercaya).

## B. Analisi Data

Bagian ini adalah menganalisis data yang berasal dari data-data yang telah dideskripsikan dari sub bab sebelumnya (sub bab deskripsi data). Data-data yang dianalisis dimulai dari asumsi-asumsi yang digunakan untuk penarikan kesimpulan.

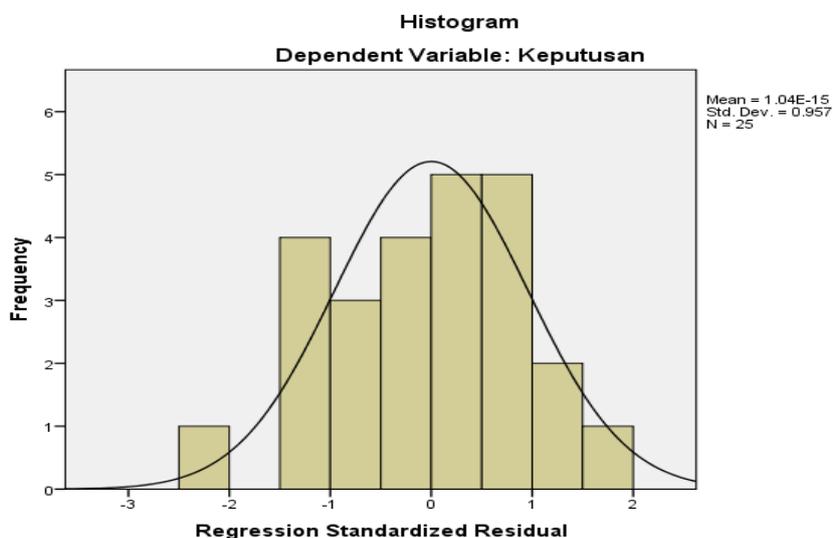
### 1. Asumsi Klasik

Dalam regresi linear berganda dikenal dengan beberapa asumsi klasik linear berganda. Pengujian asumsi klasik sederhana bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model regresi merupakan yang baik atau tidak. Ada beberapa pengujian asumsi klasik, yakni:

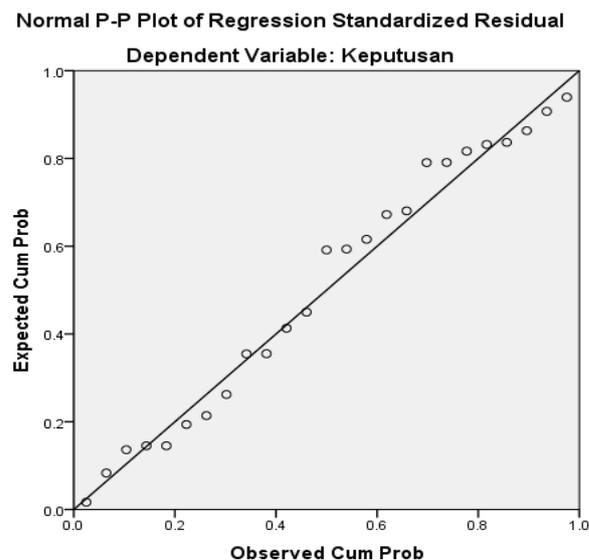
#### a. Normalitas

Pengujian data dilakukan untuk melihat apakah daam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data mnyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar IV-1**  
**Grafik Histogram**



**Gambar IV-2**  
**Grafik Normal P-Plot**



Sumber : Hasil SPSS 21

Gambar diatas mengindikasikan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data model regresi penelitian ini cenderung normal.

b. Multikolinearitas

Ada tidaknya masalah multikolinearitas dalam regresi dapat dilihat dengan nilai VIF (*Variance Inflactor Factor*) dan nilai toleransi (*Tolerance*). Uji multikolinearitas ini digunakan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antara variabel bebas tersebut. Uji Multikolinearitas juga terdapat beberapa ketentuan, yaitu:

- 1) Bila  $VIF > 10$ , maka terdapat multikolinearitas.
- 2) Bila  $VIF < 10$ , berarti tidak terdapat multikolinearitas.
- 3) Bila  $Tolerance > 0,1$  maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 4) Bila  $Tolerance < 0,1$  maka terjadi multikolinearitas.

**Tabel IV-13**  
**Uji Multikolinearita**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Lokasi	.957	1.044
Pelayanan	.957	1.044

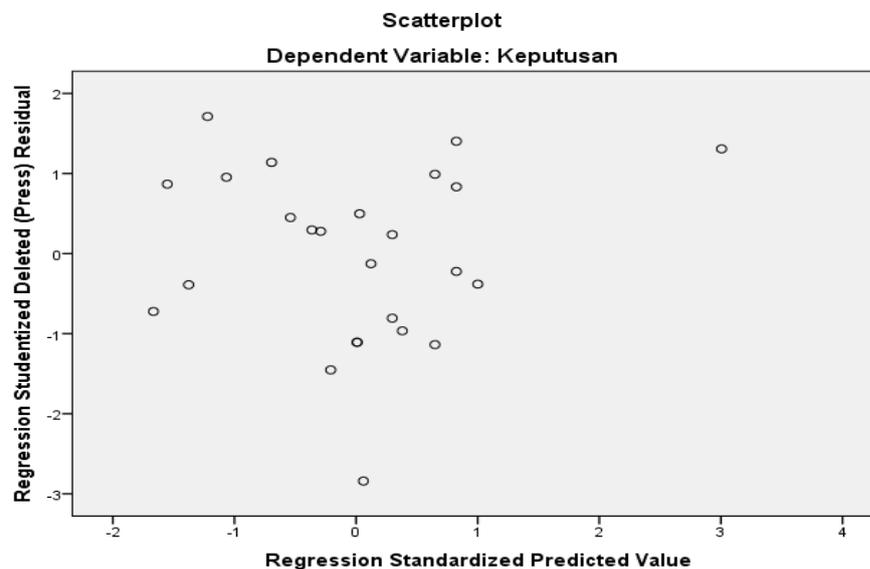
a. Dependent Variable: Keputusan

b. Sumber : Hasil spss 21

Dari data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *variance inflation* faktor (VIF) untuk variabel Lokasi ( $X_1$ ) sebesar 1.044, variabel Pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 1.044. Demikian juga nilai Tolerance pada Lokasi sebesar 0,957 variable Pelayanan sebesar 0,957, dari masing-masing variable nilai tolerance lebih besar dari 0,01 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinearitas antara variable independen yang diindikasikan dari nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa analisis lebih lanjut dapat dilakukan dengan menggunakan model regresi berganda.

c. Heterokedastisitas

Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi, terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari suatu pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas, dan jika varian berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

**Gambar IV-3**

Sumber : Hasil SPSS 21

Gambar diatas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas/teratur, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian tidak terjadi heterokedastisitas pada variable regresi.

### 3. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variable dependen dipengaruhi variable indeviden bila variable indeviden sebagai faktor predictor. Berikut adalah rumus dari Regresi Berganda:

$$Y = \beta + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan nasabah

$\beta$  = Konstanta

$\beta_1$  dan  $\beta_2$  = Besaran koefisien regresi dari masing - masing variabel

$X_1$  = lokasi

$X_2$  = pelayanan

$\epsilon$  = Error

**Tabel IV-14**  
**Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	4.580	5.318
Lokasi	.556	.154
Pelayanan	.295	.101

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Sumber: SPSS 21

dari perhitungan SPSS versi 21 didapat :

$$a = 4.580$$

$$b_1 X_1 = 0.556$$

$$b_2 X_2 = 0.188$$

jadi persamaan regresi berganda linear untuk dua variable (Lokasi dan Pelayanan) adalah :

$$Y = 4.580 + 0,556X_1 + 0,188 X_2 + \epsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda tersebut dianalisis pengaruh dari masing-masing variable independent terhadap variable independent (Keputusan). Maka Lokasi berpengaruh sebesar 0,559. Dan Pelayanan berpengaruh sebesar 0,188.

Uji t Tabel IV-15

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.580	5.318		.861	.398
Lokasi	.556	.154	.584	3.615	.002
Pelayanan	.295	.101	.471	2.914	.008

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Sumber: SPSS 21

#### 4. Pengujian Hipotesis

##### a. Uji t

Uji t yaitu untuk mengetahui signifikan atau tidaknya X dan Y. Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = nilai  $t_{hitung}$

$r_{xy}$  = korelasi xy yang ditemukan

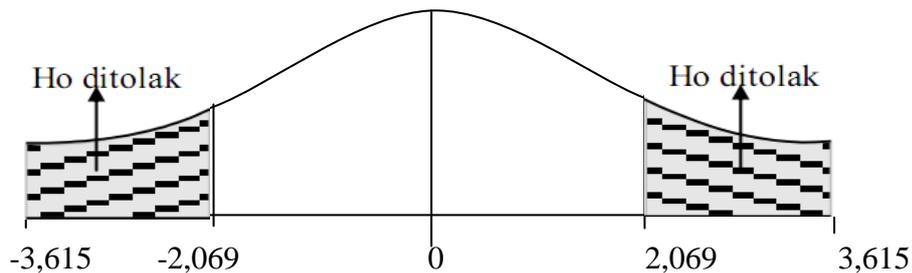
n = jumlah sampe

Untuk Kinerja Uji t dilakukan tingkat  $\alpha = 5\%$  dengan dua arah (0,05). Nilai t untuk  $n = 25 - 2 = 23$  adalah 2.069.

1) Hubungan Lokasi terhadap Keputusan Nasabah

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah lokasi secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap keputusan nasabah. Dari pengolahan data SPSS for windows versi 21 maka uji  $t_{hitung} 3,615 > 2,069 t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, sehingga lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

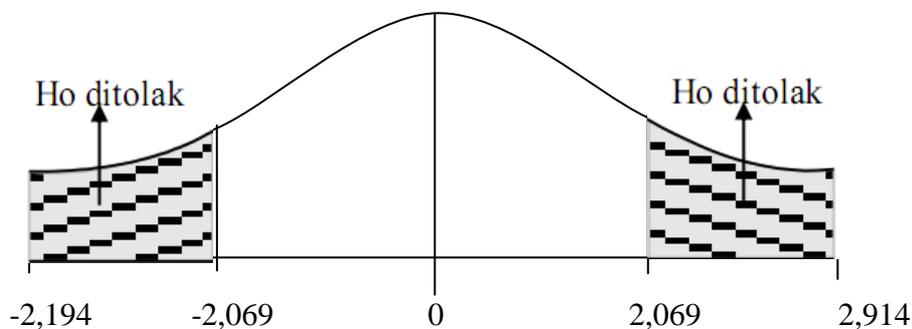
**Gambar IV-4**  
**Kriteria Pengujian Hipotesis**



2) Hubungan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Pelayanan secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap Keputusan nasabah. Dari pengolahan data SPSS for windows versi 21 maka dapat diperoleh uji t sebagai berikut:  $t_{hitung} 2,914 > 2,069 t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh antara variable Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah.

**Gambar IV-5**  
**Kriteria Pengujian Hipotesis**



### b. Uji F

Ketentuannya, jika nilai probabilitas F (sig) pada tabel Anova  $< \alpha=0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, namun bila probabilitas sig  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Data yang diperlukan untuk menguji hipotesis diatas sebagai berikut:

Uji f Tabel IV-16

ANOVA<sup>b</sup>

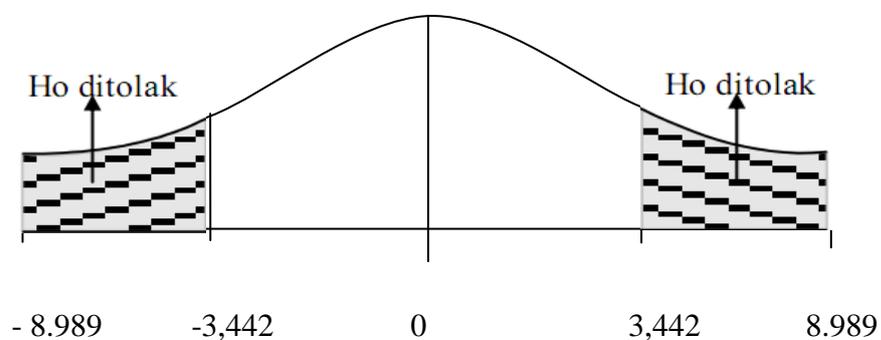
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67.888	2	33.944	8.989	.001 <sup>a</sup>
	Residual	83.072	22	3.776		
	Total	150.960	24			

- Predictors: (Constant), Pelayanan, Lokasi
- Dependent Variable: Keputusan
- Sumber: Hasil SPSS 21

$F_{\text{tabel}} = n-k-l = 25-2-1 = 22$  adalah 3,442

Kriteria pengujian : Terima  $H_a$  apabila  $F_{\text{hitung}} > 3,44$  atau  $-F_{\text{hitung}} > -3,442$ .

Gambar IV-6  
Kriteria Pengujian Hipotesis 1



Dari table diatas nilai  $F_{\text{hitung}} 8.989 > 3,442$  sementara nilai  $F_{\text{tabel}}$  berdasarkan  $dk = 25-2-1 = 22$  dengan tingkat signifikan 5% adalah 3,442 menunjukkan  $H_0$

ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ) dengan  $\text{sig } 0,000 < 0,05$ .

### c. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau presentase pengaruh lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ), maka dapat diketahui melalui nilai *R Square* sebagai berikut :

**Tabel IV-17**  
**Koefisien Determinasi (R-Square)**

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.671 <sup>a</sup>	.450	.400	1.94320	1.799

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Hasil SPSS 21

$$\begin{aligned} D &= R^2 \times 100\% \\ &= 0,450 \times 100\% \\ &= 45,0\% \end{aligned}$$

Nilai R Square 0,450 atau 45.0% menunjukkan 45.0% variabel keputusan nasaba ( $Y$ ) dipengaruhi lokasi ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ). Sisanya 55% dipengaruhi oleh variable yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### C. Pembahasan

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hasil ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan-tanggapan kesetujuan yang tinggi dari

responden terhadap kondisi masing-masing variable penelitian. Penjelasan dari masing-masing variable dijelaskan sebagai berikut.

### **1. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah**

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi.<sup>37</sup> Dan para pesaing yang harus dihadapi perusahaan Dalam pemilihan lokasi yang strategis dapat menentukan tercapainya tujuan perusahaan. Lokasi tempat berdirinya BMT yang tepat menjadi salah satu hal penting yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih jasa BMT. Setiap nasabah akan melakukan berbagai macam keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk jasa. Proses pengambilan keputusan menjadi suatu masalah yang kompleks yang mendasari pengambilan keputusan tersebut. Berdasarkan temuan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung nasabah di mana lokasi yang tepat, sebuah perusahaan akan lebih sukses di bandingkan perusahaan lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama.<sup>38</sup>

Hal ini didukung oleh hasil penelitian adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel X (lokasi) terhadap Y (keputusan nasabah), dilihat dari signifikan nilai  $t_{hitung}$   $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $3.615 > 2.069$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  berada didaerah penerimaan  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima), hal ini dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung  $0,05$ . Hal ini berarti jika lokasi strategis pada nasabah maka akan meningkatkan minat nasabah untuk menabung.

---

<sup>37</sup> Susanti Mei Diana ,”*Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di Bmt Bina Umat Sejahtera Kalijambe*”, (Skripsi Sarjana Serata 1 IAIN Surakarta, 201)hlm . 6

<sup>38</sup> Rizqa Ramadhaning Tyas,” *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bmt Sumber Mulia Tuntang*” (Skripsi Sarjana Serata 1 STAIN 2012), hlm 30.

## 2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah

pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>39</sup> pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus dapat mempengaruhi tingkat keputusan pada nasabah, baik secara bersama-sama maupun secara parsial karena kehandalan dalam memberikan pelayanan menyebabkan nasabah merasa puas.<sup>40</sup>

Hal ini didukung oleh hasil penelitian adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel X (pelayanan) terhadap Y (keputusan nasabah), dilihat dari signifikan nilai  $t_{hitung}$   $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $2,914 > 2,069$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  berada didaerah penerimaan  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima), hal ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung  $0,05$ . Ini berarti bahwa dengan adanya pelayanan yang optimal pada nasabah akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung.

## 3. Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah

Hubungan antara lokasi terhadap keputusan nasabah dapat dikatakan sangat berpengaruh, bilamana dalam suatu lokasi yang strategis dapat memberikan dampak yang baik bagi perusahaan dan dapat memudahkan nasabah bertransaksi.

Hubungan pelayanan dengan keputusan nasabah sangat berkaitan, pelayanan yang baik yang diberikan secara khusus pada nasabah akan memberikan Pengaruh yang positif dan nasabah juga merasa puas, sehingga nasabah termotivasi untuk terus menabung.

---

<sup>39</sup> Olivia Firda Yuanita, "Pengaruh Prduk, Kualitas jasa, Peromosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi Pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur)", ( Skripsi Sarjana Serata 1 Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2017), hlm25

<sup>40</sup> Rizqa Ramadhaning Tyas, " Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bmt Sumber Mulia Tuntang " (Skripsi Sarjana Serata 1 STAIN 2012), hlm 30.

Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa lokasi yang strategis dan pelayanan yang baik, nasabah akan merasa puas sehingga tercapainya tujuan perusahaan dan meningkatnya jumlah nasabah.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel  $X_1$  (lokasi)  $X_2$  (pelayanan) terhadap  $Y$  (keputusan nasabah), berdasarkan uji F didapat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 8.989 dengan signifikan 0,001, sementara nilai  $F_{tabel}$  berdasarkan  $N$  dengan tingkat signifikan 5% adalah 3,442. Karena  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima), artinya ada pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan nasabah menabung di BMT El-Munawar Medan, hubungan Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan nasabah diharapkan dapat semakin meningkat.

#### **4. Kualitas Data**

Masing- masing pernyataan dari setiap variabel adalah valid. Maka instrument pertanyaan yang digunakan untuk mengukur setiap variabel adalah instrumen yang tepat atau benar. Data dari uji reabilitas diketahui bahwa nilai koefisien dengan interpretasi reliable 0,6 ini menunjukkan bahwa data tersebut memiliki reliable yang baik.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung .
2. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung .
3. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa adanya berpengaruh signifikan antara lokasi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung .

#### **B. Saran**

Saran-saran penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan harus memiliki lokasi strategis karna lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung, sehingga para nasabah merasa puas dan nyaman dalam menggunakan jasa BMT, sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan jasa BMT El-Munawar Medan.
2. Perusahaan juga harus memberikan pelayanan sebaik mungkin karna pelayanan berpengaruh terhadap tingkat keputusan nasabah menabung, sehingga nasabah merasa puas dan nyaman ketika bertransaksi.
3. Lokasi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT El-Munawar Medan, hal ini menunjukkan bahwa lokasi dan pelayanan adalah sesuatu yang cukup penting untuk menentukan keputusan nasabah, Maka untuk menarik minat calon nasabah selanjutnya yang ingin menjadi nasabah dan mempertahankan nasabah yang ada di BMT El-Munawar Medan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. cetakan kedua (Bandung : Alfabeta. 2012).
- Citra Chumairoh. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan*.(Skripsi Sarjana Serata 1 UMSU Medan, 2015).
- Daulay Raihanah. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan*. (Dalam *Manajemen dan Bisnis* , vol. 10).
- Dian Pramana. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Syariah ( Studi Kasus Di Hotel Islam Aceh House Medan)*. (Skripsi Sarjana Serata 1 UMSU Medan, 2015).
- Dokumen BMT El-Munawar Medan. 23 Desember 2016.
- Fahrudin. *Pengaruh Promosi, Lokasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Mandiri di Surabaya*. Artikel Ilmiah (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya,2015).
- Ghozali Maski. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: “Pendekata Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang*. Dalam *Journal of Indonesian Applied Economics*, Vol. 4.
- Irfan dan Juliandi,AZ (2013). *Metedologi Penelitian Kuantitatif*. Cetakan pertama. Bandung: Cita pustaka.

Irfan dan Juliandi,AZ (2015). *Metedologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedua. Medan: UMSU Press.

Ikasari Ajeng Utami dkk. *Pengaruh Nialai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah*. Dalam Diponegoro Jurnal Of Social And Politic, <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>.

Koenjajaraningrat. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. (Jakarta: Gramedia, 1997).

Oldy Ardhana. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang)*. (Skripsi Sarjana Serata 1 Universitas Diponegoro. 2010).

Olivia Firda Yuanita. *Pengaruh Prduk, Kualitas Jasa, Peromosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi Pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur*. ( Skripsi Sarjana Serata 1 Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2017).

Rizqa Ramadhaning Tyas,” *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bmt Sumber Mulia Tuntang*” (Skripsi Sarjana Serata 1 STAIN 2012),

Susanti Meidiana. *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Bagihasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe*. (Skripsi Sarjana Serata 1 IAIN Surakarta. 2017).

Tyas dan Ari Setiawan. *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Tehadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*. Dalam Jurnal Muqtasid, vol 3.

Siti Sarah Dianita. *Pengaruh Fasilitas, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BMT( Studi kasus pada BMT El-Syifa Ciganjur, Jakarta Selatan)*. (Skripsi Sarjana Serata 1 universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2015).

Soemitra Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Edisi Pertama (Jakarta: Prenadamedia Group. 2009).

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

# LAMPIRAN

## JAWABAN RESPONDEN VARIABEL LOKASI

No Responden	Jawaban Responden Lokasi							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	5	4	5	5	5	4	5	33
3	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	3	4	3	3	4	4	25
6	3	3	3	4	4	4	3	24
7	4	4	4	3	3	2	4	24
8	4	4	5	5	5	4	4	31
9	4	4	4	4	4	4	4	28
10	3	3	3	3	3	3	3	21
11	4	3	4	3	3	4	4	25
12	4	4	4	4	4	4	4	28
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	4	3	4	5	4	4	4	28
15	4	4	3	3	4	4	4	26
16	4	4	4	4	4	4	3	27
17	5	4	5	4	4	4	5	31
18	3	3	4	3	3	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	3	4	4	4	3	3	4	25
21	3	4	4	3	4	4	4	26
22	3	3	4	3	4	4	3	24
23	4	4	3	4	3	3	4	25
24	4	3	4	4	4	3	4	26
25	4	4	4	5	4	3	4	28

**JAWABAN RESPONDEN VARIABEL PELAYANAN**

No Responden	Jawaban Responden Lokasi							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	4	5	4	5	5	4	4	31
3	4	4	4	4	4	3	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	5	4	4	4	29
6	4	4	5	3	5	5	5	31
7	4	5	5	5	4	5	5	33
8	2	3	2	3	2	4	2	18
9	4	5	4	4	4	4	4	29
10	4	4	3	5	5	3	3	27
11	4	4	4	4	5	4	4	29
12	4	5	4	4	3	4	4	28
13	3	3	4	4	3	4	4	25
14	3	4	4	3	4	3	4	25
15	4	4	3	3	4	4	3	25
16	4	3	3	4	4	3	3	24
17	2	3	2	2	3	2	2	16
18	3	2	3	4	4	3	3	
19	3	4	4	4	4	4	4	
20	3	3	3	3	3	4	3	22
21	4	4	3	4	3	3	3	24

22	3	3	3	4	4	3	3	23
23	2	3	4	4	4	4	4	25
24	3	3	3	3	3	3	3	21
25	2	2	4	4	4	4	4	24

**JAWABAN RESPONDEN VARIABEL KEPUTUSAN**

No Responden	Jawaban Responden Lokasi							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	5	5	4	4	4	30
2	5	5	5	5	5	5	4	34
3	4	4	4	5	5	4	4	30
4	4	4	4	5	5	4	5	31
5	4	3	4	3	4	4	3	25
6	4	4	4	4	4	4	4	28
7	4	3	4	4	3	4	4	26
8	4	3	3	3	4	3	3	23
9	4	4	4	4	4	4	4	28
10	3	3	3	4	3	3	4	23
11	4	4	4	3	4	3	3	25
12	4	4	4	4	4	4	4	28
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	4	4	3	4	3	4	4	26
15	4	4	4	4	3	3	5	27
16	4	4	3	3	3	4	3	24
17	3	3	4	4	4	5	4	27
18	3	4	3	4	5	4	3	26
19	5	3	4	3	3	4	4	26
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	3	5	5	3	4	3	4	27

22	3	3	4	2	4	4	4	24
23	3	4	4	4	4	5	4	28
24	4	4	4	4	4	3	4	27
25	3	4	4	4	4	4	4	27

**Frequencies**

## Statistics

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	Lokasi
N	Valid	25	25	25	25	25	25	25	25
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0

## X1\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	6	24.0	24.0	24.0
	4.00	17	68.0	68.0	92.0
	5.00	2	8.0	8.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

## X1\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	8	32.0	32.0	32.0
	4.00	17	68.0	68.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

## X1\_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	16.0	16.0	16.0
	4.00	18	72.0	72.0	88.0
	5.00	3	12.0	12.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

## X1\_4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	8	32.0	32.0	32.0
Valid 4.00	13	52.0	52.0	84.0
Valid 5.00	4	16.0	16.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

**X1\_5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	7	28.0	28.0	28.0
Valid 4.00	16	64.0	64.0	92.0
Valid 5.00	2	8.0	8.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

**X1\_6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	1	4.0	4.0	4.0
Valid 3.00	5	20.0	20.0	24.0
Valid 4.00	19	76.0	76.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

**X1\_7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	4	16.0	16.0	16.0
Valid 4.00	19	76.0	76.0	92.0
Valid 5.00	2	8.0	8.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

## Reliabilitas

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	25	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	25	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	7

**Frequencies**

## Statistics

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	Pelayanan
N	Valid	25	25	25	25	25	25	25	25
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0

## X2\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	16.0	16.0	16.0
	3.00	7	28.0	28.0	44.0
	4.00	14	56.0	56.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

## X2\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	8.0	8.0	8.0
	3.00	8	32.0	32.0	40.0
	4.00	11	44.0	44.0	84.0
	5.00	4	16.0	16.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

## X2\_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	8.0	8.0	8.0
	3.00	8	32.0	32.0	40.0
	4.00	13	52.0	52.0	92.0
	5.00	2	8.0	8.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

**X2\_4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	1	4.0	4.0	4.0
3.00	6	24.0	24.0	28.0
Valid 4.00	14	56.0	56.0	84.0
5.00	4	16.0	16.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

**X2\_5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	1	4.0	4.0	4.0
3.00	6	24.0	24.0	28.0
Valid 4.00	14	56.0	56.0	84.0
5.00	4	16.0	16.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

**X2\_6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	1	4.0	4.0	4.0
3.00	8	32.0	32.0	36.0
Valid 4.00	14	56.0	56.0	92.0
5.00	2	8.0	8.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

**X2\_7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	2	8.0	8.0	8.0
3.00	8	32.0	32.0	40.0
Valid 4.00	13	52.0	52.0	92.0
5.00	2	8.0	8.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

## Reliabilitas

**Case Processing Summary**

		N	%
Valid		25	100.0
Cases Excluded <sup>a</sup>		0	.0
Total		25	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	7

## Frequencies

Statistics

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Keputusan
N	Valid	25	25	25	25	25	25	25	25
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0

Y\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	7	28.0	28.0	28.0
	4.00	16	64.0	64.0	92.0
	5.00	2	8.0	8.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Y\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	7	28.0	28.0	28.0
	4.00	16	64.0	64.0	92.0
	5.00	2	8.0	8.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Y\_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	5	20.0	20.0	20.0
	4.00	17	68.0	68.0	88.0
	5.00	3	12.0	12.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

**Y\_4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	1	4.0	4.0	4.0
3.00	6	24.0	24.0	28.0
Valid 4.00	14	56.0	56.0	84.0
5.00	4	16.0	16.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

**Y\_5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3.00	6	24.0	24.0	24.0
Valid 4.00	15	60.0	60.0	84.0
5.00	4	16.0	16.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

**Y\_6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3.00	6	24.0	24.0	24.0
Valid 4.00	16	64.0	64.0	88.0
5.00	3	12.0	12.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

**Y\_7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3.00	5	20.0	20.0	20.0
Valid 4.00	18	72.0	72.0	92.0
5.00	2	8.0	8.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

# Reliabilitas

**Case Processing Summary**

		N	%
	Valid	25	100.0
Cases	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	25	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.685	7