

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PRODUK JASA KEUANGAN PADA PT. BANK
TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK. CABANG SYARIAH
PALEMBANG**



Oleh:

Sofiliya Rauda

14180206

TUGAS AKHIR

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah
Palembang Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar**

Ahli Madya Perbankan Syariah (A.Md)

PALEMBANG

2017



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

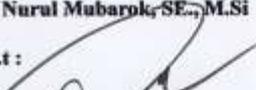
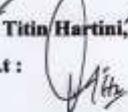
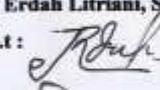
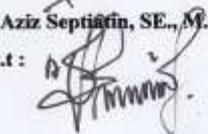
Formulir E.4

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARIAH**

Nama : Sofliya Rauda
Nim/Jurusan : 14180206 / D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Menggunakan
Produk Jasa Keuangan Pada PT. Bank Tabungan Negara
(Persero)
Tbk. Cabang Syariah Palembang.

Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal

PANITIA UJIAN TUGAS AKHIR

Tanggal	Pembimbing Utama	: Rudi Aryanto, S.SI., M.Si
	t.t :	
Tanggal	Pembimbing Kedua	: Nurul Mubarak, SE., M.Si
	t.t :	
Tanggal	Penguji Utama	: Titin Hartini, SE., M.Si
	t.t :	
Tanggal	Penguji Kedua	: Erdah Litriani, SE., M.Si
	t.t :	
Tanggal	Ketua	: RA. Ritawati, SE., M.H.I
	t.t :	
Tanggal	Sekretaris	: Aziz Septiadin, SE., M.Si
	t.t :	

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sofiliya Rauda

NIM : 14180206

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan
Menggunakan Produk Jasa Keuangan Pada PT. Bank
Tabungan Negara (Persero) Tbk.Cabang Syariah
Palembang.

Menyatakan bahwa, Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian sendiri atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumber. Apabila terbukti bahwa saya melakukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung akibat sesuai ketentuan yang berlaku.

Palembang, April 2017

Sofiliya Rauda

NIM.14180206

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Barang siapa yang melepaskan satu kesusahan seorang mukmin, pasti Allah akan melepaskan darinya satu kesusahan pada hari kiamat. Barang siapa yang menjadikan mudah urusan orang lain, pasti Allah akan memudahkan segala urusannya didunia maupun akhirat” (HR. Muslim)

KUPERSEMBAHAN KEPADA:

1. Kedua Orang Tuaku Tercinta, Ayahku Eddy Arauf dan Ibuku Anna Hidayanti yang tidak pernah lelah membantu dan mendoakan demi masa depanku yang baik.
2. Saudara-saudaraku, Miftahul Ridho dan Muammar Kemal.
3. Sahabat-sahabatku Rizki Citra Permata, Siti Fartimah, Sri Wulandari, dan Rosa Yulistia yang selalu membantu dan memberikanku semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ayuk Dila yang selalu membantu dan menyemangatiku dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Mbak Citra dan mbak Menik yang telah banyak membantuku dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Teman-teman seperjuanganku khususnya anak DPS7 angkatan 2014 yang telah memberikanku motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Almamaterku

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

A. Huruf Konsonan

ا	=	·	ز	=	z	ق	=	q
ب	=	b	س	=	s	ك	=	k
ت	=	t	ش	=	sy	ل	=	l
ث	=	s	ص	=	\$	م	=	m
ج	=	j	ض	=	dh	ن	=	n
ح	=	h	ط	=	t	و	=	w
خ	=	kh	ظ	=	zh	ه	=	h
د	=	d	ع	=	‘	ء	=	.
ذ	=	z	غ	=	gh	ي	=	y
ر	=	r	ف	=	f			

B. Ta' Marbutah

1. Ta' marbutah sukun ditulis b contoh **بعبادة** ditulis bi`ibadah.

2. Ta' marbutah sambung ditulis t contoh **بعبادة ربه** ditulis bo1ibadat rabbih.

C. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal

a. Fathah (----) = a

b. Kasrah (----) = i

c.Dhammah (----) = u

2. Vokal Rangka

a.(ا ي) = ay

b.(ي--) = iy

c.(ا و) = aw

d.(و--) = uw

3. Vokal Panjang

a.(ا----) = a

b.(ي---) = i

c.(و----) = u

D. Kata Sandang

Penulis al qamariyyah dan al syamsiyyah menggunakan al-:

1.Al qamariyah contohnya : “الحمد” ditulis al-hamd.

2.Al syamsiyah contohnya : “النمل” ditulis al-naml.

E. Daftar Singkatan

H = Hijriyah

HR = Hadis Riwayat

M = Masehi

Terj = terjemahan

h. = halaman

swt = subhanahu wa ta`ala

saw = sall Allah `alaih wa sallam

QS. = al-Qur`an Surat

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, serta sholawat dan salam kepada Nabi besar Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Jasa Keuangan Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang” ini dengan baik, sebagai syarat untuk memperoleh gelar A.Md (Ahli Madya).

Penulis ingin menyampaikan rasa hormat, penghargaan dan terima kasih atas bantuan dan dukungan yang diberikan oleh semua pihak hingga selesainya tugas akhir ini, diantaranya:

1. Kedua Orang Tuaku Tercinta, Ayah Eddy Arauf dan Ibu Anna Hidayanti yang telah memberikanku dukungan, semangat, dan doa demi kesuksesanku.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sirozi, M.A.Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang, Wakil Rektor I, Wakil Rektor II dan Wakil Rektor III serta jajaran rektorat UIN Raden Fatah Palembang lainnya.
3. Ibu Dr. Qodariah Barkah M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Bapak Dinnul Alfian Akbar, SE.,M.Si selaku Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah dan RA. Ritawati, SE.,M.H.I selaku Sekretaris Prodi D3 Perbankan Syariah

5. Ibu RA. Ritawati, SE., M.H.I selaku Penasehat Akademik
6. Bapak Rudy Aryanto, S.Si., M.S.i selaku Pembimbing I dan Bapak Nurul Mubarak, SE., M.Si selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberi pengarahan hingga selesainya tugas akhir ini.
7. Ibu Aziz Septiatin, SE., M.Si yang banyak memberikan masukan, nasehat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, yang telah memberikan bimbingan pelajaran selama masa studi.
9. Saudaraku Miftahul Ridho dan Muammar Kemal yang memberikan dukungan, semangat, dan doa untuk kesuksesanku.
10. Rekan-rekan sealmamater beserta kelas DPS7 tahun angkatan 2014 dan sahabat seperjuanganku Rizky Citra Permata, Siti Fartimah, Sriwulandari, Rosa Yulistia.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6

BAB II. LANDASAN TEORI

A. Citra Perusahaan	8
1. Manfaat Citra	9
2. Faktor-faktor Pembentuk Citra	10
B. Teori Keputusan.....	11

1. Proses Keputusan Pembelian	12
2. Landasan Keputusan Dalam Al-Qur'an	15
C. Penelitian Terdahulu	16
D. Kerangka Berfikir	23
E. Pengembangan Hipotesis.....	23

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional Variabel.....	23
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	26
C. Lokasi Penelitian	26
D. Populasi dan Sempel	26
E. Jenis dan Sumber Data	28
1. Jenis Data	28
2. Sumber Data.....	28
F. Teknik Pengumpulan Data	29
1. Kuesioner	29
2. Wawancara.....	30
G. Instrumen Penelitian.....	30
1. Uji Validitas	30
2. Uji Realibilitas	31
3. Uji Korelasi	32
4. Uji Normalitas.....	32
5. Koefisien Determinasi (R^2)	33
6. Uji T	33

H. Teknik Analisa Data	34
1. Regresi Linear Sederhana	44
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	36
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	36
2. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	37
3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	38
B. Analisis Data	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Realibilitas	40
3. Uji Korelasi	41
4. Uji Normalitas	42
5. Uji Koefesien Determinasi (R^2)	44
6. Uji T	45
7. Regresi Linear Sederhana	46
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	50
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Faktor Pembentukan Citra	11
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas.....	41
Tabel 4.7 Hasil Anlisis Korelasi	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Data.....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2).....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji T.....	46
Tabel 4.11 Hasil Regresi Linear Sederhana.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	23
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	14
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	43

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut UU No. 7 Tahun 1992 pasal 1 Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Pada ayat-ayat selanjutnya Pasal 1 UU No. 7 tahun 1992 dikatakakan bahwa bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran.¹

Dilihat dari jenisnya bank dapat di golongkan menjadi beberapa golongan, tidak hanya berdasarkan jenis kegiatan usahanya, melainkan mencakup bentuk badan hukumnya, pendirian, dan kepemilikannya, serta target pasarnya. Sebelum diberlakukannya Undang-undang No. 7 Tahun 1992, bank dapat digolongkan berdasarkan jenis kegiatan usahanya, seperti tabungan, bank pembangunan, dan bank ekspor impor. Setelah undang-undang tersebut berlaku, jenis bank yang diakui secara resmi hanya terdiri atas duajenis, yaitu Bank Umum dan BPR.

Usaha bank umum salah satunya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, deposit berjangka, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Sedangkan BPR adalah lembaga keuangan yang

¹ <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/contents/default.aspx>, diakses 1 maret 2017

menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan.²

Dalam mengantisipasi kebutuhan masyarakat serta memberikan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi perbankan, kehadiran Bank Syariah merupakan salah satu solusi untuk menambah kepercayaan terhadap kegiatan perbankan khususnya di Indonesia. Pada umumnya, perbankan syariah merupakan salah satu alternatif untuk menyimpan uang maupun melakukan pembiayaan/pinjaman karena praktis selain itu produk/jasa perbankan yang ditawarkanpun disesuaikan dengan hukum Islam. Sehingga, siapa pun dapat menjadi nasabah Bank Syariah sepanjang dapat mengikuti persyaratan yang ada. Bank syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya tidak terbatas hanya untuk orang muslim, tapi juga terbuka bagi non-Muslim. Dengan kata lain bank syariah bisa memberikan pembiayaan atau jasa kepada non-Muslim.³

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang yang bergerak dalam jasa keuangan, diharapkan bisa memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabahnya agar tercipta image/citra yang positif. Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, suatu komite atau suatu organisasi. Tugas perusahaan dalam membentuk citranya adalah dengan

² https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bank_Perkreditan_Rakyat. Diakses 1 Maret 2017

³ Abdul Rasyid, Apakah Bank Syariah Hanya Untuk Umat Muslim?, <http://business-law.binus.ac.id/2015/01/29/apakah-bank-syariah-hanya-untuk-muslim/> , diakses pada tanggal 1 Maret 2017.

mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk dimata publik atau masyarakatnya.⁴

Citra merupakan tujuan sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dicapai. Apabila suatu bank dengan citra yang baik akan mampu menarik perhatian para calon nasabah untuk percaya dan menggunakan produk/jasa yang ada pada bank tersebut. Penilaian atau anggapan tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan berakar pada nilai-nilai kepercayaan. Citra pada dasarnya merupakan salah satu harapan yang ingin dicapai oleh perusahaan untuk membantu perusahaan dalam bertumbuh kembang. Pentingnya citra perusahaan dikarenakan citra positif dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif.

Citra yang positif akan memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan dan mendapatkan kepercayaan dari para nasabah. Hal ini berpengaruh terhadap produk yang dikeluarkan, dengan citra positif konsumen akan lebih mudah untuk memilih produk tersebut. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang selalu berusaha untuk menjaga kualitas produknya. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang juga terus berusaha untuk mempertahankan nasabah dan berusaha untuk tetap unggul di antara para pesaingnya yang menawarkan produk sejenis. Sehingga PT. Bank Tabungan

⁴FirantiJelia, Pengertian Citra Perusahaan dan Manfaatnya, <https://semangatkuliahnya.wordpress.com/2016/01/24/pengertian-citraperusahaan-dan-manfaatnya/>

Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Dengan banyaknya persaingan setiap perusahaan terus melakukan strategi-strategi untuk menarik banyaknya nasabah. Membangun citra perusahaan sebagai salah satu cara untuk mencari nasabah. Citra perusahaan merupakan salah satu pegangan bagi nasabah dalam mengambil berbagai macam keputusan penting. Keputusan berarti hasil akhir dalam mempertimbangkan sesuatu yang akan dilakukan secara nyata. Keputusan dapat diartikan sebagai hasil terbaik dalam satu dari lebih alternatif pilihan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, mengidentifikasi adanya *research gap* dari citra perusahaan terhadap keputusan nasabah, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Research Gap Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah	Terdapa pengaruh yang positif antara citra perusahaan terhadap keputusan nasabah.	1. Muvis Perdana Putra 2. Rizqa Ramadhaning 3. Rosim 4. Zacky Asyari 5. Deni Febriansyah 6. Suhari
	Tidak terdapat pengaruh anatara citra perusahaan terhadap keputusan nasabah	1. Brahmasari 2. A. Suprayetno

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber

Pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan nasabah yang diteliti oleh Muvis Perdana Putra, Rizqa Ramadhani, Rosim, Zacky Asyari, Deni Febriansyah, dan Suhari menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Brahmasari dan A. Suprayetno yang menunjukkan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang membutuhkan strategi yang jitu, guna mempertahankan dan memperkuat citra yang dimilikinya agar dapat mencapai tujuan secara efektif. Melihat hal di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Jasa Keuangan Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang* “

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah penelitian ini yaitu Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan dalam menggunakan produk jasa keuangan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan di atas, tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan

nasabah dalam menggunakan produk jasa keuangan di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang.

C. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, untuk menambah wawasan pengetahuan dalam penyusunan karya ilmiah, sekaligus bekal untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
2. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai citra perusahaan serta dapat dijadikan acuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan yang dibahas penulis.
3. Bagi perusahaan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang, hasil penelitian yang dilaksanakan dapat dipakai sebagai dorongan untuk meningkatkan citra perusahaan.

D. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang sistematis maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga bias menggambarkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab yang berisikan tentang pendahuluan yang memaparkan secara singkat tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai citra perusahaan, keputusan nasabah, tahap-tahap pengambilan keputusan, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian baik itu mengenai jenis data, populasi dan sampel, definisi operasional, metode pengumpulan data, dan teknik analisa data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang masih berkaitan dengan permasalahan yang diangkat.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Citra Perusahaan

Citra berkaitan dengan gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk. Kotler menjelaskan bahwa citra adalah respon konsumen yang didefinisikan sebagai kepercayaan. Sementara itu, menurut Nguyen dan Le Blanc citra perusahaan adalah keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat. Jadi, citra adalah suatu aset penting dari organisasi yang selanjutnya terus-menerus dibangun dan dipelihara. Citra tidak dapat direkayasa, melainkan dibentuk oleh masyarakat. Komunikasi dan keterbukaan merupakan usaha ideal untuk membangun citra positif.⁵

Adapun pengertian citra perusahaan menurut para ahli, sebagai berikut :⁶

1. Menurut Huddleston, citra adalah serangkaian kepercayaan yang dihubungkan dengan sebuah gambaran yang dimiliki atau diperoleh dari pengalaman.
2. Menurut Philip Kotler, citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.
3. Menurut Richard F. Gerson, citra adalah tentang bagaimana konsumen, calon konsumen dan pesaing melihat anda.
4. Menurut Bill Canton, Citra adalah kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan

⁵ Syarifuddin dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016) hal.155

⁶ *Ibid.*, hal.156

Hal ini mengindikasikan bahwa citra perusahaan tidak hanya menunjukkan kesan-kesan atribut individual, namun lebih kepada keseluruhan peran dan fungsi dari perusahaan. Dengan kata lain, citra perusahaan dapat dipersepsikan sebagai gambaran mental secara selektif. Karna keseluruhan tentang karakteristik suatu perusahaanlah yang nantinya akan membentuk citra perusahaan dibenak masyarakat.

Lawrence mengatakan bahwa bagi perusahaan citra juga dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan, seseorang terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Oleh karna itu citra sebuah perusahaan yang sama dapat berbeda dimata dua orang yang berlainan. Citra perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil keputusan, sehingga persepsi yang ada harus bersifat positif sehingga dapat lahir citra yang baik.⁷

1. Manfaat Citra Perusahaan

Menurut Siswanto Sutojo mengemukakan, citra perusahaan yang baik dan kuat mempunyai manfaat sebagai berikut:⁸

- 1) Daya saing jangka menengah dan panjang

Dimana citra perusahaan yang baik dan kuat akan menjadi identitas atau kepribadian perusahaan yang tidak mudah ditiru perusahaan lain sekaligus melindungi perusahaan dari pesaing.

⁷ Rosim, Skripsi, *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha*, (Jakarta, 2013) hal.17

⁸ Op. cit. Syarifuddin dan Suryanto, hal.159

2) Menjadi perisai selama masa kritis

Perusahaan yang memiliki citra yang baik dan kuat akan lebih mudah mendapatkan dukungan dari masyarakat.

3) Menjadi daya tarik eksekutif handal

Sebuah perusahaan dengan citra yang baik dan kuat akan mampu menarik, memotivasi dan menahan eksekutif handal yang merupakan aset penting penggerak roda perusahaan.

4) Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran

dengan citra yang sudah terbentuk dengan baik, dalam menerjunkan produk baru dipasar maka kegiatan melakukan strategi pemasaran tidak akan sebesar saat belum adanya citra.

5) penghematan biaya operasional

sebuah perusahaan dengan citra yang baik dan kuat akan membutuhkan biaya untuk mempromosikan produk lebih sedikit atau lebih hemat dibandingkan yang dilakukan oleh perusahaan yang belum memiliki citra atau bahkan belum dikenal konsumen.

2. Faktor-faktor Pembentuk Citra

Citra merupakan kesan atau pendapat seseorang terhadap sesuatu. Citra merupakan persepsi yang terbentuk dalam benak manusia. Berikut faktor-faktor pembentukan citra:⁹

⁹ *Ibid*, hal.157

Tabel 2.1
Faktor-faktor Pembentuk Citra

Identitas Fisik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik Gedung Bank 2. Logo dan Warna Bank 3. Slogan yang dimiliki Bank
Identitas Nonfisik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Budaya yang Diterapkan Oleh Bank 2. Kinerja dan Tingkat Keamanan Bank 3. Sikap Tanggung jawab yang Dimiliki Bank
Kualitas Hasil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk/Jasa yang Dimiliki Bank 2. Desain Produk/jasa Bank 3. Variasi Produk/jasa Bank
Aktivitas dan Pola Hubungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap Ramah Tamah yang Diberikan Karyawan Bank 2. Kepedulian Karyawan Bank Terhadap Kebutuhan Nasabah.

Sumber: Syarifuddin dan Suryanto, 2016

B. Teori Keputusan

Keputusan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai

pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli atau tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat keputusan.¹⁰

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya seorang konsumen harus memilih produk dan jasa yang akan gunakannya. Banyak pilihan yang tersedia, kondisi yang dihadapi, serta pertimbangan-pertimbangan yang mendasari yang kemudian membuat pengambilan keputusan satu individu berbeda dengan individu yang lain.¹¹

Proses pengambilan diawali oleh adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan ini terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk memperoleh alternatif terbaik dari persepsi konsumen.

Sebelum mengambil keputusan konsumen biasanya melalui lima tahapan yaitu tahapan: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.¹²

1. Proses Keputusan Pembelian

a. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan, yaitu nasabah mengenali adanya masalah atau kebutuhan. Konsumen merasakan adanya perbedaan antara keadaan nyata dengan keadaan yang diinginkan.

Kebutuhan dapat dipicu oleh stimulus interna. apabila kebutuhan normal

¹⁰ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2016) hal.99

¹¹ *Ibid*, hal 101.

¹² Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2016) hal.109

seseorang, seperti lapar dan haus, muncul ketingkat yang cukup tinggi hingga mencapai suatu titik tertentu dan menjadi sebuah dorongan. Selain itu kebutuhan juga dapat ditimbulkan oleh stimulus eksternal, dimana strategi – strategi marketing yang dilakukan oleh pihak perusahaan menimbulkan terciptanya minat para konsumen.

b. Pencarian Informasi

Nasabah yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Dalam pencarian informasi dapat kita bagi kedalam dua tingkat. Pencarian informasi yang ringan dinamakan dengan perhatian yang memuncak (*heightened attention*), pada tingkat ini seseorang hanya menjadi lebih peka terhadap informasi tentang produk.

Pada tingkat selanjutnya, orang tersebut akan memasuki tahap pencarian aktif informasi dengan cara mencari bahan bacaan, menghubungi teman, dan mengunjungi perusahaan yang bersangkutan untuk mempelajari produk. Sumber informasi konsumen dapat digolongkan kedalam 4 kelompok, yaitu:¹³

1. Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan.
2. Sumber komersial : iklan, tenaga penjual, pedagang perantara.
3. Sumber publik : media massa, organisasi, rating konsumen.
4. Sumber pengalaman : penanganan, pemeriksaan, dan penggunaan produk.

¹³ *Ibid*, hal 111.

Jumlah dan pengaruh relatif sumber – sumber informasi tersebut berbeda – beda tergantung kategori produk dan karakteristik konsumen. Secara umum, nasabah mendapatkan sebagian besar informasi mengenai suatu produk dari sumber komersial, yaitu dari pemasar, namun informasi yang paling efektif berasal dari sumber pribadi. Tiap informasi menjalankan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Informasi komersial biasanya menjalankan fungsi pemberi informasi, dan sumber pribadi menjalankan fungsi legitimasi dan / atau evaluasi. Seorang konsumen yang sudah tertarik mungkin akan mencari lebih banyak informasi terhadap produk tersebut.

c. Evaluasi Alternatif

Beberapa konsep dasar akan membantu kita dalam memahami konsep evaluasi konsumen : yang pertama konsumen berusaha memenuhi suatu kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang perhatian yang besar terhadap atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya.

d. Keputusan Pembelian

Bahkan setelah nasabah mengumpulkan informasi tentang produk-produk alternatif, mengevaluasinya, dan memutuskan produk mana yang paling diinginkan, proses keputusan masih belum lengkap. Konsumen harus memutuskan tempat dimana dia akan menggunakan produk tersebut. Dalam pengambilan keputusan, konsumen memerlukan beberapa referensi

untuk meyakinkan keputusannya. Sikap orang lain dapat mempengaruhi proses pembelian. Sikap orang lain ini bisa berupa negatif dan positif. Pelanggan akan termotivasi untuk melakukan suatu keputusan pembelian jika sikap orang lain terhadap produk yang akan kita beli bersikap positif begitu juga sebaliknya, pelanggan akan menggagalkan suatu pembelian jika sikap orang lain bersikap negatif terhadap produk yang akan digunakan.

e. **Konsumsi Pasca Pembelian**

Setelah menggunakan produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Kepuasan pembeli merupakan fungsi dari seberapa dekat harapan pembeli atas suatu produk dengan kinerja yang dirasakan pembeli atas produk tersebut. Jika kinerja lebih rendah dibandingkan harapan, konsumen akan kecewa, jika ternyata sesuai harapan konsumen akan puas, dan jika melebihi harapan, konsumen akan merasa sangat puas seperti itu akan membedakan apakah nasabah akan kembali menggunakan produk tersebut dan membicarakan hal-hal yang menguntungkan tentang produk tersebut dengan orang lain.

2. Landasan Pengambil Keputusan Dalam Al-Qur'an

Berbicara tentang landasan pengambilan keputusan pada dasarnya bersumber dari Allah SWT sebagai Zat Yang Maha Memutuskan. Allah SWT berfirman dalam Surah Sad ayat 26 yang berbunyi:¹⁴

¹⁴ *“Hai daud, sesungguhnya kami menjadikan kamu khalifah (penguasa) dimuka bumi, maka berilah keputusan (perkara) diantara manusia dengan adil dan janganlah kamu mengikuti hawa*

يَا دَاوُدُ إِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيفَةً فِي الْأَرْضِ فَاحْكُم بَيْنَ النَّاسِ بِالْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعِ الْهَوَىٰ فَيُضِلَّكَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ إِنَّ الَّذِينَ يَضِلُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ لَهُمْ عَذَابٌ شَدِيدٌ بِمَا نَسُوا يَوْمَ الْحِسَابِ ٢٦

Lebih lanjut, Allah juga berfirman dalam Surah Al-Maidah ayat 47 yang berbunyi:¹⁶

وَأَيُّكُمْ أَهْلُ الْإِنجِيلِ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ فِيهِ وَمَنْ لَمْ يَحْكَمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ ٤٧

Dari ayat-ayat di atas dapat dipahami bahwa secara umum, umat Islam diperintahkan agar dalam memutuskan suatu perkara harus berdasarkan hukum Allah, yaitu dilakukan dengan adil dan tidak mengikuti hawa nafsu.¹⁷

C. Penelitian Terdahulu

Untuk membantu dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini, maka karya ilmiah yang berkaitan dengan Tugas Akhir yang akan penulis buat sebagai berikut:

Rosim (2013) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan, Promosi, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, citra perusahaan, promosi dan desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa

nafsu., karna ia akan menyesatkan kamu dari jalan Allah. Sesungguhnya orang-orang yang sesat dari jalan Allah akan mendapat azab yang berat, karna mereka melupakan hari perhitungan.” (Sad/38:26)

¹⁶ “ dan hendaklah orang-orang pengikut injil, memutuskan perkara menurut apa yang diturunkan Allah didalamnya. Barang siapa tidak memutuskan perkara menurut apa yang diturunkan Allah, maka mereka itu adalah orang-orang fasik” (Al-Maidah/5:47)

¹⁷ Raihan, “Pengambilan Keputusan Dalam Kepemimpinan Manajemen Dakwah”, VOL 22 No.34, Juli-Desember 2016.

kualitas produk, citra perusahaan, promosi dan desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Suhari (2008) yang berjudul “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pelanggan dalam Pengajuan Kredit Kendaraan Bermotor pada Astra Credit Companies” bahwa berdasarkan hasil analisis data dan perhitungan korelasi dan regresi linear dengan menggunakan software SPSS versi 14. dengan ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup kuat antara Citra Perusahaan dengan Keputusan Pelanggan dengan nilai r hitung (pearson correlation) yaitu 0.642 artinya adalah semakin baik Citra Perusahaan maka Keputusan Pelanggan akan bertambah.

Muvika Perdana Putra (2015) dalam judul “Pengaruh Citra Perbankan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit dengan Pelayanan dan Prosedur Kredit Sebagai Variabel Moderating pada PT. BPR Bank Bantul “ ditunjukkan oleh nilai signifikasinya sebesar 0,002 di bawah 0,05, sehingga H_1 diterima atau dengan kata lain hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Citra Perbankan berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit.

Penelitian Rizqa Ramadhaning Tyas (2015) “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Etika Bisnis dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Jasa Keuangan Syariah di BMT Bina Usaha Karang jati” menunjukkan bahwa Citra Perbankan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit dengan variabel Pelayanan sebagai variabel moderasi.

Zacky Asyari (2015) “ Pengaruh Peran Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank BRI Syariah Palembang” pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI Syariah Palembang. Sehingga dapat menerangkan variable terikatnya yaitu keputusan menjadi nasabah bank BRI Syariah Palembang.

Deni Febriansyah (2014) “ Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. BPRS AL-FALAH Kabupaten Banyuasin” berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa promosi sangat berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT.BPRS AL-FALAH ini bias terlihat dari hasil perhitungan regresi dengan hasil t hitung sebesar = 8,932 sedangkan t table = 1,987. Apabila t terhitung lebih besar dari t table maka H0 ditolak dan H1 diterima.

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

No	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Rosim “pengaruh kualitas produk, citra perusahaan, promosi, dan desain terhadap keputusan	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, citra perusahaan, promosi, dan	1.data kuantitatif 2.SPSS (<i>Statistical Product and Servicer</i>)	1.menggunakan analisis regresi berganda 2. lokasi penelitian

	pembelian sepeda motor Yamaha” (2013)	desain berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.	<i>Solution)</i> 3.menggunakan kuisisioner 4. skala likert	
2.	Suhari “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pelanggan dalam Pengajuan Kredit Kendaraan Bermotor pada Astra Credit Companies” (2008)	Hasil penelitian memiliki pengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengajuan kredit bermotor di Astra Credit Companies	1. menggunakan analisis regresi sederhana 2. SPSS <i>(Statistical Product and Servicer Solution)</i> 3.menggunakan kuisisioner 4. skala likert	1.Lokasi Penelitian
3.	Muvia Perdana Putra “Pengaruh Citra Perbankan Terhadap	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Citra Perbankan	1. data kuantitatif 2. SPSS <i>(Statistical</i>	1.menggunakan regresi berganda 2. lokasi

	Keputusan Nasabah dalam Menggambil Kredit dengan Pelayanan dan Prosedur Kredit Sebagai Variabel Moderating pada PT. BPR Bank Bantul	lebih dominan dan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit.	<i>Product and Servicer Solution)</i> 3.menggunakan kuisisioner 4. skala likert	penelitian
4.	Rizqa Ramadhaning Tyas “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Etika Bisnis dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menggunakan	Citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BMT Bina Usaha Karang Jati, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.	2. SPSS (<i>Statistical Product and Servicer Solution)</i> 3.menggunakan kuisisioner 4. skala likert	1.menggunakan regresi berganda 2.lokasi penelitian

	Jasa Keuangan Syariah di BMT Bina Usaha Karang jati” (2015)			
5.	Zacky Asyari “ Pengaruh Peran Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank BRI Syariah Palembang” (2015)	pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI Syariah Palembang. Sehingga dapat menerangkan variable terikatnya yaitu keputusan menjadi nasabah.	1. menggunakan analisis regresi sederhana 2. SPSS (<i>Statistical Product and Servicer Solution</i>) 3. menggunakan kuisisioner 4. skala likert	1.Lokasi penelitian

6.	Deni Febriansyah “ Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. BPRS AL-FALAH Kabupaten Banyuasin” (2014)	berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa promosi sangat berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT.BPRS AL-FALAH ini bias terlihat dari hasil perhitungan regresi dengan hasil t hitung sebesar = 8,932 sedangkan t table = 1,987. Apabila t terhitung lebih besar dari t table maka H0 ditolak	1. data kuantitatif 2. SPSS (<i>Statistical Product and Servicer Solution</i>) 3.menggunakan kuisisioner 4. skala likert	1.menggunakan regresi berganda 2.lokasi penelitian
----	---	--	---	---

		dan H1 diterima		
--	--	-----------------	--	--

Sumber: Dikumpulkan dari beberapa sumber

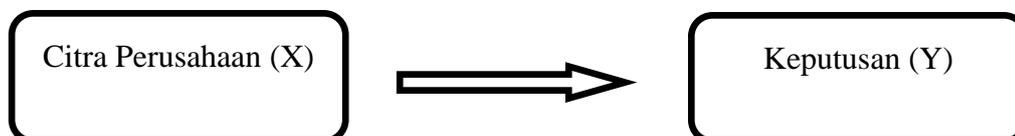
D. Kerangka Berfikir

Dalam penelitian ini diketahui ada dua variabel, yaitu: variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah citra perusahaan, sedangkan variabel dependen adalah keputusan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suhari (2008) yang berjudul *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pelanggan dalam Pengajuan Kredit Kendaraan Bermotor pada Astra Credit Companies* menunjukkan bahwa semakin baik citra perusahaan, maka semakin tinggi pula keputusan pelanggan pada Astra Credit Companies, dari model konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui kerangka berfikir teoritis sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Berfikir Teoritis



E. Pengembangan Hipotesis

Menciptakan Citra yang baik merupakan strategi yang dapat dilakukan suatu perusahaan guna mencapai tujuan secara efektif. Karna

dampak dari citra suatu perusahaan dapat memberikan penilaian yang berbeda-beda, sehingga dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan bisnis perusahaan. Dengan citra yang baik nasabah akan percaya bahwa bank tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Rosim (2013) yang meneliti tentang “*Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan, Promosi, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha*”, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, citra perusahaan, promosi dan desain mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

Dari telaah pustaka diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan sebagai jawaban sementara atas permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk jasa keuangan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Cabang Syariah Palembang.

H_a : Citra Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk jasa keuangan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Cabang Syariah Palembang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Bebas / *Independent Variable* (X)

Variabel Independent (Variabel X) atau variable bebas adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹⁸

Dalam penelitian ini adapun variable X nya, yaitu citra Perusahaan. Citra perusahaan adalah respon masyarakat terhadap perusahaan yang diwujudkan dalam ide atau keyakinan terhadap produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

2. Variabel Terikat / *Dependent Variable* (Y)

Variabel dependent atau yang biasa disebut variable terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas.¹⁹ Dalam penelitian ini yang menjadi variable Y adalah keputusan. sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Kemudian nasabah memilih alternatif yang ada. Setelah membandingkan produk/jasa yang dimiliki oleh perbankan lain, maka muncul inisiatif nasabah untuk memilih diantara produk yang sesuai dengan keinginan nasabah itu sendiri.

¹⁸ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010) hlm.4

¹⁹ *Ibid.*

B. Ruang Lingkup Penelitian

menjelaskan bahwa ruang lingkup penelitian merupakan bingkai penelitian, yang menggambarkan batas penelitian, mempersempit permasalahan dan membatasi area penelitian. Untuk ini penulis hanya membatasi masalah penelitian pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero)Tbk. Cabang Syariah Palembang terhadap citra perusahaan dan keputusan menggunakan produk dan jasa.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero)Tbk. Cabang Syariah Palembang, alamat di jalan Veteran No.325-329 Palembang 30114.

D. Populasi dan Sempel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas atau karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang pada bulan Februari 2017 yang berjumlah 12.720 nasabah.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diteliti. Dimana penulis akan mengambil sampel dari sebagian dari populasi yang dititik bebaskan pada subjeknya yaitu nasabah.

²⁰ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal.61

Jumlah Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang pada bulan februari 2014 sebanyak 12.720 nasabah. Penulis menggunakan angka ini sebagai jumlah populasi, kemudian untuk menghitung sampel yang dibutuhkan dapat ditentukan dengan rumus yang dikemukakan oleh Slovin yang dikutip oleh Husein Umar sebagai berikut:

Rumus:

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

n : sampel

N: populasi

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karna kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Pada penelitian ini besarnya e = 10%

$$n = \frac{12.720}{1 + 12.720 (10\%)^2}$$

$$= \frac{12.720}{1 + 12.720 (0,01)}$$

$$= \frac{12.720}{126,4}$$

$$= 99,21 \text{ (dibulatkan 100)}$$

n= 99,21 dengan batas kelonggaran karna ketidaktelitian sebesar 10%, oleh karna itu dalam penelitian ini akan diambil sampel sebanyak 100 orang atau responden (pembulatan dari 99,21) yang seluruhnya adalah nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah

Palembang. Sedangkan untuk teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Pengambilan sampel acak sederhana dapat dilakukan dengan cara undian, memilih bilangan dari daftar bilangan secara acak.²¹

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berbentuk angka-angka dan dijelaskan hasil-hasil perhitungan berdasarkan literature yang ada.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini ialah Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok focus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.²² Data-data yang dikumpulkan disumber primer ini berasal dari situasi langsung yang actual ketika suatu peristiwa terjadi. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuisisioner kepada nasabah dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang ada pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang.

²¹ *Ibid*, hal.64

²² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014) hal.73

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data tentang penelitian ini, maka metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner

merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.²³ Kuesioner merupakan instrument pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur, hal ini digunakan sebagai patokan untuk menyusun instrumen yang berupa pertanyaan yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif dengan 5 (lima) alternatif jawaban, dengan jawaban masing-masing berikut;

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Dengan menggunakan skala likert masing-masing instrumen jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

SS : 5

S : 4

²³ *Ibid*, 75

N : 3

TS : 2

STS : 1

b. Wawancara

Menurut Arikunto, wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Tujuan wawancara dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui sedikit gambaran umum perusahaan dalam penelitian ini dilakukan pada PT.Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang.

G. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Teknik uji validitas dengan metode *Corrected Item Total Correlation* yaitu mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi.²⁴ Berikut ini perhitungan yang digunakan untuk melakukan uji validitas sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X) - (\sum Y)}{\sqrt{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} (N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}$$

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2008. Hal.255.

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi antara variabel x dan y

N = Sampel

Σxy = jumlah perkalian antara variabel x dan y

ΣX = Jumlah seluruh skor X

ΣY = Jumlah seluruh skor Y

Jika *coreccted item total correlaction* r hitung > r tabel, maka kuesioner tersebut dikatakan valid.²⁵

2. Uji Realibilitas

Suatu kuesioner dapat dinyatakan *reliable* atau dapat diandalkan jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu yang sama atau dalam waktu yang berlainan. Uji realibilitas dapat dilihat dari *Cronbach Alpha* yang artinya apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka variabel dapat dikatakan *reliable*. Rumus *cronbach alpha* adalah sebagai berikut :

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan :

K = mean kuadrat antara subjek

²⁵ Ibid. hal. 255

$$\sum s_i^2 = \text{mean kuadrat kesalahan}$$

$$s_t^2 = \text{varians total}$$

3. Uji Korelasi

Analisis korelasi merupakan studi pembahasan tentang keeratan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). ada dua cara untuk pengambilan keputusan dalam analisis korelasi yakni dengan melihat nilai signifikan dan tanda bintang yang diberikan output program SPSS.

- a. Berdasarkan nilai signifikan: jika nilai signifikan $<0,05$ maka terdapat korelasi, sebaliknya jika nilai signifikan $>0,05$ maka tidak terdapat korelasi.
- b. Berdasarkan tanda bintang (*) yang diberikan SPSS: jika terdapat tanda bintang pada pearson correlation maka antara variabel yang dianalisis terjadi korelasi atau emmpunyai hubungan yang erat, jika tidak terdapat tanda bintang maka antara variabel tidak adanya hubungan erat.

4. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak.²⁶ Cara menguji normalitas residual dengan uji statistik *Kolmogorof-Smirnov* (K-S) dapat digunakan program SPSS. Selain itu Metode yang

²⁶ Umar Husein, *Desain Penelitian MSDM dan perilaku Karyawan*.2008. hal.77.

digunakan dalam analisis grafik adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Deteksi normalitas dapat dilakukan dengan:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen X terhadap variabel dependen Y. nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Koefisien determinasi sebenarnya mengukur besarnya persentase pengaruh semua variabel independen dalam model regresi terhadap variabel dependennya. Jika nilai koefisien determinasi semakin kecil berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependennya. Sebaliknya jika nilai R^2 semakin mendekati 100% yang berarti semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.²⁷

6. Uji T (Parsial)

Uji hipotesis yang digunakan adalah Uji T (parsial) untuk menguji pengaruh variabel citra perusahaan terhadap keputusan nasabah pada PT.

²⁷ Purwanto Erwan Agus, dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*, (Yogyakarta:gava media,2007), hlm.195

Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang. Hasil pengujian tersebut dapat dilakukan uji T sebagai berikut:

1. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dengan taraf signifikan (α) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.
2. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dengan taraf signifikan (α) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

H. Teknik Analisa Data

Adapun teknik analisa data pada penelitian ini ialah Regresi Linear Sederhana. Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.²⁸ analisis regresi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara citra perusahaan terhadap keputusan nasabah. Pada umumnya regresi linear sederhana terdiri atas dua variabel, variabel terikat dan variabel bebas. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik dengan menggunakan program SPSS 16.

Adapun rumus regresi linear sederhana adalah:²⁹

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

²⁸ Sugiyono, *Statistika dalam Penelitian*, (Bandung:Alfabeta, 2010) hal.261

²⁹ *Ibid.*

X : Citra Perusahaan

a : Nilai Konstanta

b : koefisien regresi untuk variable bebas

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden memberikan hubungan yang erat dengan cirri responden secara individu terhadap hasil penelitian mengenai pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pdsok jasa keuangan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang. Dalam hal karakteristik responden dikelompokan menurut deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, ddan pekerjaan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang. Oleh karna itu untuk lebih jelasnya dapat digambarkan mengenai karakteristik responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	jumlah responden	persentase (%)
Laki-laki	47	47
Perempuan	53	53
Jumlah	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data,

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 dapat dilihat tentang jenis kelamin Nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang yang menunjukkan bahwa nasabah laki laki sebanyak 47 orang atau 47% sedangkan selebihnya nasabah perempuan yaitu sebanyak 53 orang atau 53%.

Hal ini dapat dilihat bahwa Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Jasa Keuangan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang lebih banyak dicapai oleh perempuan dibandingkan dengan laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan karakter responden menurut usia akan dilihat umur pada responden. Dalam identifikasi menurut usia dapat dilihat seperti pada table 4.2 sebagai berikut:

Table 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
20-30 Tahun	52	52
30-40 Tahun	32	32
>40 Tahun	16	16
Jumlah	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan pada table 4.2 dapat disimpulkan, bahwa dari segi usia responden pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang

Syariah Palembang yang diambil sebagian besar berusia 20-40 tahun keatas. Berdasarkan table diatas, memberikan informasi bahwa mayoritas responden terbesar berusia 20-30 tahun atau 52%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada table 4.3 sebagai berikut:

Table 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Mahasiswa	11	11
PNS/BUMN	22	22
POLISI/TNI	1	1
Karyawan Swasta	34	34
Dokter/perawat	1	1
Liannya	31	31
Jumlah	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan pada table 4.3 diatas, pada karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang menunjukkan 11% responden mahasiswa yaitu 11 orang, untuk responden yang bekerja sebagai PNS/BUMN sebanyak 22 orang atau 22%, polisi/TNI sebanak 1 orang atau 1%, karyawan swasta sebanyak 34 orang atau 34%, dokter/perawat sebanyak 1 orang atau 1%, dan lainnya sebanyak 31 orang atau 31%. Hal ini menunjukkan bahwa rata rata nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara

(Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang berkerja sebagai karyawan swasta yaitu sebanyak 34 orang atau 34%.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menguji kuesioner yang digunakan terhadap responden, apakah memang kuesioner yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak.³⁰ Dalam penelitian ini terdapat 11 pertanyaan, kuesioner tersebut diberikan kepada 100 responden. toleransi kesalahan digunakan ialah sebesar 5% atau menggunakan probabilitas 0,05, tingkat signifikan 0,1966 agar dapat dikatakan valid. Dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Pada Variabel X (Citra Perusahaan)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	39.9400	18.360	.544	.879
VAR00002	39.8300	16.789	.724	.867
VAR00003	40.4300	18.126	.391	.895
VAR00004	39.8700	18.175	.544	.879
VAR00005	39.7100	18.067	.685	.871
VAR00006	39.8400	16.217	.773	.863
VAR00007	39.6900	17.974	.686	.871
VAR00008	39.7300	18.280	.657	.873
VAR00009	39.7300	18.745	.633	.875
VAR00010	39.7200	18.325	.636	.874

³⁰ Aryanto,Rudi,Modul Panduan SPSS 2015, Hlm.26

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	39.9400	18.360	.544	.879
VAR00002	39.8300	16.789	.724	.867
VAR00003	40.4300	18.126	.391	.895
VAR00004	39.8700	18.175	.544	.879
VAR00005	39.7100	18.067	.685	.871
VAR00006	39.8400	16.217	.773	.863
VAR00007	39.6900	17.974	.686	.871
VAR00008	39.7300	18.280	.657	.873
VAR00009	39.7300	18.745	.633	.875
VAR00010	39.7200	18.325	.636	.874
VAR00011	39.7100	19.218	.517	.881

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa 11 *item* pernyataan kuesioner memiliki nilai $r > 0,1966$ maka semua *item* dapat dinyatakan valid. Kemudian, hasil uji validitas variabel keputusan nasabah dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Pada Variabel Y (Keputusan Nasabah)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	14.3600	4.738	.502	.703
VAR00002	14.5900	4.345	.556	.681
VAR00003	14.1600	4.520	.441	.726
VAR00004	14.2300	4.543	.463	.716
VAR00005	14.5000	4.273	.589	.668

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa 5 item pernyataan kuesioner memiliki nilai $r > 0,1966$ maka semua item pernyataan dapat dikatakan valid.

2. Uji Realibilitas

uji Relibilitas digunakan untuk mengetahui konsisten alat ukur suatu kuisioner, apakah hasil dari kuisioner tetap konsisten atau stabil dari waktu kewaktu. Uji reliabilitas dapat digunakan dalam penelitian dapat dilihat dari besarnya Cronbach Alpha pada masing-masing variabel. Suatu variabel dapat dikataka reliabel jika nilai Cronbach Alpa $>0,6$. hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Relibility Coeficient Alpha	Keterangan
Citra Perusahaan	.885	Reliabel
Keputusan Nasabah	.744	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa variabel citra perusahaan sebesar 0,885 dan variabel keputusan nasabah sebesar 0,744 sehingga dapat disimpulkan bahwa Cronbach Alpha untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dinyatakan *reliable*.

3. Uji Korelasi

Dilakukan uji korelasi untuk melihat hubungan positif antara citra perusahaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk jasa keuangan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang. Dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Analisis Korelasi
Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.503**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	.503**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Keterangan dengan melihat signifikan:

- a. Jika probabilitas $(p) > 0,05$ maka H_0 diterima (tidak ada hubungan)
- b. Jika probabilitas $(p) < 0,05$ maka H_0 ditolak (ada hubungan)

Hasil dari analisis korelasi citra perusahaan menunjukkan bahwa variabel X mempunyai hubungan secara positif dan signifikan dengan keputusan nasabah, yaitu korelasi $(r) = 0,503$ $p = 0,00$ signifikan pada $p < 0,05$.

Berdasarkan hasil analisis korelasi dan regresi linear sederhana, maka dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif antara citra perusahaan terhadap keputusan nasabah. Bila citra perusahaan bertambah

besar maka keputusan nasabah akan meningkat. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis terdapat pengaruh positif.

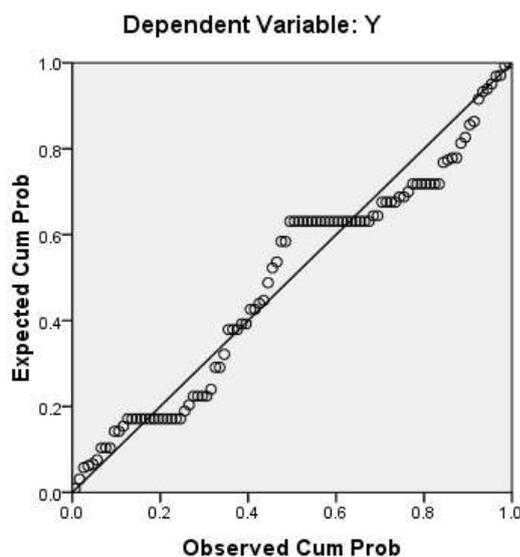
4. Uji Normalitas

pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi linear sederhana dengan SPSS 16. Data yang normal dilihat dengan sebaran titik-titik di seputar garis diagonal. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar 4.2 sebagai berikut:

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan pada gambar 4.2 dapat dikatakan bahwa data yang digunakan menunjukkan indikator normal. Analisis grafik di atas terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi

memenuhi asumsi normalitas. Adapun hasil perhitungan uji normalitas secara *statistic* yang dilihat berdasarkan uji *kolmogorof-smirnov* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55071026
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.121
	Negative	-.142
Kolmogorov-Smirnov Z		1.415
Asymp. Sig. (2-tailed)		.336

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan uji *kolmogorov-smirnov* dapat diketahui nilai Asymp.Sig sebesar 0,366 ini mengartikan bahwa data terdistribusi dengan normal.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menjelaskan variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas secara bersamaan. Nilai koefisien determinasi berkisar $0 \leq (R^2) \leq$ Semakin mendekati satu maka variabel

bebas yang semakin besar dalam menjelaskan variabel terikat. Tetapi jika nilai (R^2) mendekati nol maka variabel bebas semakin kecil dalam menjelaskan variabel terikat. Dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.503 ^a	.453	.245	1.559

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan tabel nilai R-Square atau koefisien determinasi diatas dengan nilai R-Square 0,453 yang menunjukkan bahwa tingkat korelasi antara variabel citra perusahaan (X) mempunyai kontribusi yang tinggi terhadap variabel keputusan nasabah (Y) sebesar 45,3%, sedangkan sisanya yaitu: $100\% - 45,3\% = 54,7\%$ yang dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain.

6. Uji T

Untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam mode regresi sederhana, maka dilakukan Uji T. Uji T digunakan untuk melihat adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap dependen. Apabila

t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka diterima hipotesis yang diajukan. Hasil t_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil perhitungan Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.154	1.447		7.711	.000
	X	.189	.033	.503	5.755	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Keterangan dengan melihat $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada Alpha 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada alpha 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

Hasil nilai t_{hitung} citra perusahaan terhadap keputusan nasabah sebesar 5,755 sedangkan nilai t_{tabel} dengan sig $\alpha = 0,05$ dan $df = n-2$ yaitu 98, maka didapat t_{tabel} sebesar 1,660 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Jadi nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan t_{tabel} , hal ini menunjukkan diterimanya H_a yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap keputusan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Syariah Palembang.

7. Regresi Linear Sederhana

Regresi Linear Sederhana adalah Metode Statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel X terhadap Variabel Y. Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. analisis regresi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara citra perusahaan terhadap keputusan nasabah.

Tabel 4.11

Hasil Uji regresi linear Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.154	1.447		7.711	.000
	X	.189	.033	.503	5.755	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan tabel di atas, dapat dikemukakan nilai koefisien dari persamaan regresi. Dalam kasus ini, persamaan regresi sederhana yang digunakan adalah:

$$Y = a + b X$$

$$\text{Keputusan nasabah} = 11,154 + 0,189 \text{ citra perusahaan}$$

maka dapat diketahui bahwa regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah positif, dimana:

1. Konstanta sebesar 11,154 yang menyatakan jika tidak ada citra perusahaan maka besarnya keputusan nasabah sebesar 11.154%
2. Koefisien regresi sebesar 189 yang menyatakan jika penambahan 1 faktor citra perusahaan akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 18,9%.
3. Koefisien regresi variabel citra perusahaan bernilai positif hal ini dapat menunjukkan citra perusahaan berpengaruh positif sehingga adanya peningkatan terhadap keputusan nasabah.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan dari analisis data yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara citra perusahaan dengan keputusan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Syariah Palembang. Sehingga dengan semakin meningkatnya citra perusahaan maka semakin tinggi keputusan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t (parsial) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar $5,755 > 1,660$ dengan tingkat probabilitasnya yaitu $0,000 < 0,05$. Karna t hitung lebih besar dari t tabel dan tingkat signifikannya lebih kecil dari 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti variabel citra perusahaan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang.

Berdasarkan hasil analisis dari persamaan regresi linear sederhana yang ada pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan dengan koefisien 0,189. Hal ini disebabkan adanya aspek-aspek yang berkaitan dengan citra perusahaan telah mampu

memberikan keputusan kepada nasabah dalam memilih PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa nasabah merasa yakin PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang merupakan perusahaan perbankan yang mementingkan kualitas pelayanan yang cepat dan memuaskan. Hal ini didukung dengan berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang telah mampu memenuhi harapan nasabahnya disertai dengan pelayanan yang cepat dan prima. Selain itu PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang juga dikenal sebagai perusahaan perbankan yang dapat digunakan semua golongan nasabah yang mempunyai penghasilan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan urai-uraian yang telah diungkapkan pada pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai jawaban atas permasalahan yang diajukan pada penelitian ini, yaitu:

1. hasil uji t diperoleh hasil yang dapat dinyatakan bahwa secara parsial variabel citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan yaitu sebesar 5,775.
2. hasil uji korelasi menunjukkan hubungan positif antara citra perusahaan terhadap keputusan dengan tingkat probabilitas $0,00 < 0,05$.
3. koefisien regresi variabel citra perusahaan bernilai positif hal ini dapat menunjukkan citra perusahaan berpengaruh positif sehingga adanya peningkatan terhadap keputusan menggunakan produk dan jasa perbankan.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat saya berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang, harus mampu memberikan kesan yang baik kepada nasabah sehingga dapat menimbulkan citra yang baik bagi perusahaan karena, Citra merupakan sarana yang paling mudah dalam mempengaruhi nasabah dalam pengambilan suatu

keputusan dalam menggunakan produk jasa keuangan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang.

2. Bagi peneliti, memiliki keterbatasan, oleh karna itu dapat diharapkan untuk lebih memperluas jangkauan dalam penelitian dengan menambahkan sampel penelitian serta mencari indikator-indikator lain yang mampu memberikan kontribusi terkait dengan citra perusahaan.

3. dalam mengambil suatu keputusan seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor yaitu: nilai individu, kepribadian, dan kecenderungan dalam pengambilan resiko.

DAFTAR PUSTAKA

- Abullah, Thamrin. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Abdulrahman, Maman. 2011. *Dasar-dasar Metode Statistika*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Aryanto, Rudi. 2015. *Modul Panduan SPSS*. UIN RADEN FATAH PALEMBANG
- Hasan, M.Iqbal, 2003. *Materi Statistik 2 Statistik Inferensif*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hidayat, Anwar. 2013. Penjelasan Tentang Uji Normalitas dan Metod penelitian Penelitian.(Online)Tersedia:[https://www.statistikian.com/2013/01/ujinormalitas.html? e_pi =7%2CPAGE_ID10%2C9567338505](https://www.statistikian.com/2013/01/ujinormalitas.html?e_pi=7%2CPAGE_ID10%2C9567338505). (23Februari2017)
- Julius. 2011. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasali, Rhenaldi. 2003. *Manajemen Public Reletion & Aplikasi di Indonesia*. Jakarta: Graffiti.
- Ningsih, Widya. 2007. *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Noor, D dan Nur, D. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Graffiti.
- Purwanto, Dyan. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik Dan Macam-macam Sosial*. Yogyakarta: Gava Media
- Sugiyono.2008. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D* Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutoso.2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka

<http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/content/default.aspx> (diakses, Maret 2017)

<http://www.btn.co.id> (diakses, 9 April 2017, pukul 23.12 wib)

<http://business-law.binus.ac.id/2015/01/29/apakah-bank-syariah-hanya-untuk-muslim/> (diakses, Maret 2017)

<https://semangatkuliahnya.wordpress.com/2016/01/24/pengertian-citraperusahaan-dan-manfaatnya/> (diakses, Maret 2017)

<https://www.google.co.id/amp/s/tafsirsunnah.me/2016/05/25/maidah-ayat-100-103/amp/> (diakses, Maret 2017)

<http://www.statsdata.my.id/2011/12/uji-validitas-dan-reliabilitas.html?m=1> (diakses, 15 Maret 2017)

<http://www.google.co.id/amp/s/teorionline.wordpress.com/2010/01/24/uji-validitas-dan-reliabilitas/amp/> (diakses, 15 Maret 2017)

Deni Febriansyah.2014. Skripsi. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. BPRS AL-FALAH Kabupaten Banyuasin

Rosim.2013.Skripsi. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan, Promosi, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha.*

Rizqa Ramadhani Tyas. 2015. Skripsi. *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Etika Bisnis dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Jasa Keuangan Syariah di BMT Bina Usaha Karang jati.*

Zacky Asyari.2015. Skripsi. *Pengaruh Peran Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank BRI Syariah Palembang.*

Deni Febriansyah.2014. Skripsi. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. BPRS AL-FALAH Kabupaten Banyuasin.*

Muvika Perdana Putra.2015. Skripsi. *Pengaruh Citra Perbankan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit dengan Pelayanan dan Prosedur Kredit Sebagai Variabel Moderating pada PT. BPR Bank Bantul*

Suhari.2008.Skripsi. *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pelanggan dalam Pengajuan Kredit Kendaraan Bermotor pada Astra Credit Companies.*

LAMPIRAN

```

RELIABILITY
/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR000
07 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	11

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
43.8200	21.563	4.64362	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.8800	.60769	100
VAR00002	3.9900	.71767	100
VAR00003	3.3900	.82749	100
VAR00004	3.9500	.64157	100
VAR00005	4.1100	.54855	100
VAR00006	3.9800	.76515	100
VAR00007	4.1300	.56237	100
VAR00008	4.0900	.53362	100
VAR00009	4.0900	.47344	100
VAR00010	4.1000	.54123	100
VAR00011	4.1100	.46915	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	39.9400	18.360	.544	.879
VAR00002	39.8300	16.789	.724	.867
VAR00003	40.4300	18.126	.391	.895
VAR00004	39.8700	18.175	.544	.879
VAR00005	39.7100	18.067	.685	.871
VAR00006	39.8400	16.217	.773	.863
VAR00007	39.6900	17.974	.686	.871
VAR00008	39.7300	18.280	.657	.873
VAR00009	39.7300	18.745	.633	.875
VAR00010	39.7200	18.325	.636	.874
VAR00011	39.7100	19.218	.517	.881

```

RELIABILITY
/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	5

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.9600	6.584	2.56598	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	14.3600	4.738	.502	.703
VAR00002	14.5900	4.345	.556	.681
VAR00003	14.1600	4.520	.441	.726
VAR00004	14.2300	4.543	.463	.716
VAR00005	14.5000	4.273	.589	.668

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	14.3600	4.738	.502	.703
VAR00002	14.5900	4.345	.556	.681
VAR00003	14.1600	4.520	.441	.726
VAR00004	14.2300	4.543	.463	.716
VAR00005	14.5000	4.273	.589	.668

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.503 ^a	.253	.245	1.559

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

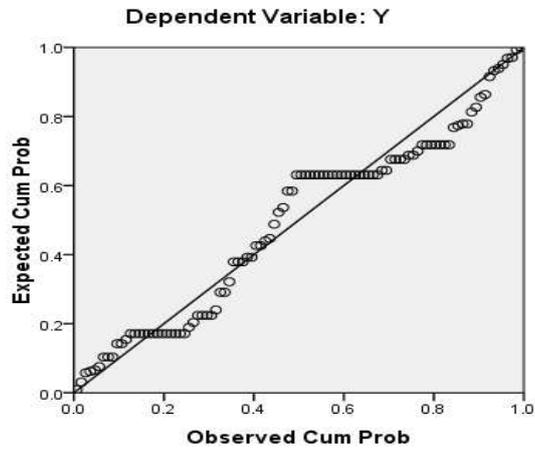
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.154	1.447		7.711	.000
	X	.189	.033	.503	5.755	.000

a. Dependent Variable: Y

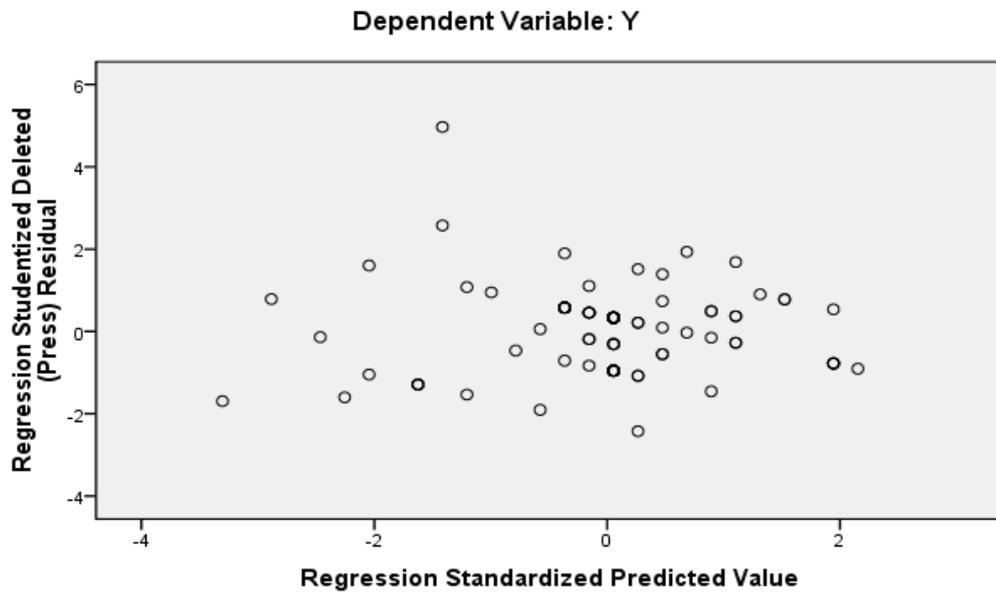
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55071026
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.121
	Negative	-.142
Kolmogorov-Smirnov Z		1.415
Asymp. Sig. (2-tailed)		.036
a. Test distribution is Normal.		

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot





PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5
Telp. (0711), Fax. (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

DAFTAR KONSULTASI TUGAS AKHIR

Nama : Sofliya Rauda
NIM : 14180206
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Jasa Keuangan Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang.
Pembimbing I : Rudi Aryanto, S.Si, M.Si
NIK : 197501012006041001

No.	Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
	17/2/2017	- periode wawancara - Skripsi asesione - kagami teori perhily - Statika	R.
	16/3/2017	- Acc panelita ..	R
	17/4/2017	- perbancu Seren Seren - perjalan perbancu di perjala lari ..	R R
	29/4/17	- Acc Ujia Mangosyo - etata perbaikan ..!!!	R



PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5
Telp. (0711). Fax. (0711) 354666, Website: <http://radenfatah.ac.id>

DAFTAR KONSULTASI TUGAS AKHIR

Nama : Sofiliya Randa
NIM : 14180206
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Jasa Keuangan Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Syariah Palembang.
Pembimbing II : Nurul Maharak, SE., M.Si
NIK : 150601091872

No.	Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
1.	3/12	Revisi bab 1 Revisi penulisan	
2.	6/12	uraian manfaat penelitian	
3.	7/12	Acc bab 1	
4.	16/12	Acc proposal	
5.	21/12	Revisi bab 2 dan 3 - Cantumkan Ayat 1 Antirpa - revisi footnote - penyesuaian Kriteria Sederhana	
6.	04/12	Acc bab 2 dan 3 Acc kuesioner	
7.	11/12	Revisi bab 4-5	
8.	12/12	Acc bab 4 dan 5 ACC Tugas Akhir, lanjut penyesuaian.	