

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya. Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.¹

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger*

¹ <https://www.syariahmandiri.co.id>

dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.²

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB. Sebagai tindak lanjut dari keputusan *manager*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT .Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank

² *Ibid*, Hlm. 2

Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.³

2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

a. VISI

“Bank Syariah Terdepan dan Modern”

1) Untuk Nasabah :

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, mentemtramkan dan memakmurkan.

2) Untuk Pegawai :

BSM merupakan bank menyediakan kesempatan untuk

³ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bank_Syariah_mandiri

beramanah sekaligus berkarir.

3) Untuk Investor:

Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan himpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

B. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin nasabah Bank Syariah Mandiri Prabumulih yang menjadi responden sebagai berikut :

Tabel 4.1
Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	30	31.3	31.3	31.3
Perempuan	63	65.6	65.6	96.9
Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah,2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 96 orang responden, yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 30 orang (31.3%) dan perempuan sebanyak 63 orang (65%). Artinya dalam penelitian ini sebagian besar responden adalah perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data mengenai usia responden dikelompokkan menjadi 4 kategori yaitu, usia 17-23 tahun, usia 24-30 tahun, usia 31-37 tahun dan usia diatas 37 tahun. Adapun data mengenai usia nasabah Bank Syariah Mandiri Prabumulih yang menjadi responden sebagai berikut :

Tabel 4.2
Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-23	25	26.0	26.0	26.0
24-30	34	35.4	35.4	61.5
31-37	31	32.3	32.3	93.8
>37	6	6.3	6.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah,2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 96 orang responden, yang berusia 17-23 tahun sebanyak 25 orang (26,0%), usia 24-30 tahun sebanyak 34 orang (35,4%), usia 31-37 tahun sebanyak 31 orang (32,3%), usia lebih dari 37 tahun sebanyak 6 orang (6,3%). Artinya dalam penelitian ini sebagian besar responden berusia 24-30 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Data mengenai tingkat pendidikan responden dikelompokkan menjadi 4 kategori yaitu, SMA, Diploma, S1 dan S2/S3. Adapun data mengenai tingkat pendidikan nasabah Bank Syariah Mandiri Prabumulih yang menjadi responden sebagai berikut :

Tabel 4.3
Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMA	26	27.1	27.1	27.1
Diploma	13	13.5	13.5	40.6
Valid S1	53	55.2	55.2	95.8
S2/S3	4	4.2	4.2	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa dari 96 orang responden, yang tingkat pendidikan SMA sebanyak 26 orang (27,1%), Diploma 13 orang (13,5%), S1 sebanyak 53 orang (55,2%), S2/S3 sebanyak 4 orang (4,2%). Artinya dalam penelitian ini sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan S1.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai jenis pekerjaan responden dikelompokkan menjadi 4 kategori yaitu, PNS, Pegawai Swasta, Wiraswasta/Pedagang, dan Mahasiswa/pelajar. Adapun data mengenai jenis pekerjaan nasabah Bank Syariah Mandiri Prabumulih sebagai berikut :

Tabel 4.4
Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS	14	14.6	14.6	14.6
Pegawai Swasta	31	32.3	32.3	46.9
Valid Wiraswasta	37	38.5	38.5	85.4
Mahasiswa/Pelajar	14	14.6	14.6	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan dapat diketahui bahwa dari 96 responden, yang pekerjaan PNS sebanyak 14 orang (14,6%), pekerjaan pegawai swasta sebanyak 31 orang (32,3%), pekerjaan wiraswasta sebanyak 37 orang (38,5%), dan Mahasiswa/pelajar sebanyak 14 (14,6%). Artinya dalam penelitian ini sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta.

C. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrument. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan dengan

membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Nilai r_{tabel} didapatkan dengan menentukan *degree of freedom* $df= 96-2$ $df=94$ dengan taraf signifikan 5% atau 0,05 sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1689. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka itu artinya instrument penelitian valid. Hasil pengujian validitas menggunakan SPSS 21 pada penelitian ini dapat dilihat dari table berikut ini :

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Person Correlation	r_{tabel} ($\alpha=5\%$)	Hasil Validitas
Kualitas Pelayanan (X_1)	X1.1	0,723	0,1689	Valid
	X1.2	0,755	0,1689	Valid
	X1.3	0,814	0,1689	Valid
	X1.4	0,654	0,1689	Valid
	X1.5	0,771	0,1689	Valid
Lokasi (X_2)	X2.1	0,801	0,1689	Valid
	X2.2	0,737	0,1689	Valid
	X2.3	0,771	0,1689	Valid
	X2.4	0,631	0,1689	Valid
	X2.5	0,804	0,1689	Valid
Kualitas Produk (X_3)	X3.1	0,802	0,1689	Valid
	X3.2	0,703	0,1689	Valid
	X3.3	0,565	0,1689	Valid
	X3.4	0,542	0,1689	Valid
	X3.5	0,727	0,1689	Valid
	X3.6	0,690	0,1689	Valid
	X3.7	0,784	0,1689	Valid
	X3.8	0,805	0,1689	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	Y.1	0,542	0,1689	Valid
	Y.2	0,727	0,1689	Valid
	Y.3	0,690	0,1689	Valid
	Y.4	0,784	0,1689	Valid
	Y.5	0,805	0,1689	Valid

Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh nilai *pearson correlation* (r_{hitung}) memiliki nilai lebih besar

dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang mana artinya seluruh pertanyaan valid dan dapat dijadikan alat ukur yang valid untuk analisis berikutnya.

2. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya jika secara berulang atau di ujikan kembali. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliable jika memiliki *cronbach's alpha* > dari 0.6. Hasil pengujian reabilitas menggunakan SPSS 21 pada penelitian ini dapat dilihat dari table berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Crobach's Alpha	Nilai Alpha	Hasil Reliabilitas
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,797	0,6	Reliabel
Lokasi (X_2)	0,798	0,6	Reliabel
Kualitas Produk (X_3)	0,854	0,6	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,829	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah,2019

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa dari hasil uji reliabilitas menunjukkan masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai *alpha* yaitu 0,6 yang mana dengan demikian variabel kualitas pelayanan, lokasi, kualitas produk dan keputusan nasabah dinyatakan reliable.

D. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat dan mengetahui apakah penyebaran data normal atau tidak. Penentuan kenormalan suatu distribusi data dapat dilakukan dengan cara pengujian *Kolmogorof-Smirnof* dengan taraf signifikan (α) sebesar 5% atau 0.05. pada uji *Kolmogorof-Smirnof* data dikatakan normal apabila nilai signifikan $> 0,05$. Hasil uji normalitas *Kolmogorof-Smirnof* menggunakan SPSS 21 pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	96
Kolmogorov-Smirnov Z	,697
Asymp. Sig. (2-tailed)	,717

Sumber : Data diolah,2019

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* diatas menunjukkan bahwa data pada penelitian berdistribusi dengan normal karena memiliki nilai signifikan 0,717 yang mana lebih besar dari nilai alpha 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas atau tidak. Untuk mengetahui terjadi multikolineritas diantara variabel bebas dalam suatu

model regresi dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai Tol (*Tolerance*), jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka artinya tidak terjadi atau tidak ada masalah multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas menggunakan SPSS 21 pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Pelayanan	,175	5,721
Lokasi	,210	4,759
Kualitas Produk	,175	5,704

Sumber : Data diolah,2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,175 dan nilai VIF sebesar 5,721, variabel lokasi memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,210 dan nilai VIF sebesar 4,759, variabel kualitas produk memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,175 dan nilai VIF 5,704. Dengan demikian seluruh variabel independen pada penelitian ini memiliki nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 yang mana artinya tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat dan mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Pemeriksaan terhadap heteroskedastisitas menggunakan uji Glesjser dengan tingkat signifikan 0.05. Pada uji

Glejser jika nilai signifikan > 0.05 . artinya pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS 21 pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
(Constant)	.008
1 Kualitas Pelayanan	.941
Lokasi	.834
Kualitas Produk	.536

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,941, variabel lokasi sebesar 0,834, dan variabel kualitas produk sebesar 0,536. Dengan demikian seluruh variabel independen memiliki nilai $> 0,05$ yang mana artinya tidak terbatasi dari heteroskedastisitas.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel dependen dan variabel independen mempunyai hubungan linier atau tidak. Jika nilai signifikan *linearty* $< 0,05$, artinya variabel terikat dan variabel bebas memiliki hubungan linier. Hasil uji linearitas menggunakan SPSS 21 pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut

:

Tabel 4.10
Hasil Uji Lineritas Keputusan Nasabah dan Kualitas Pelayanan

	Sig.
(Combined)	,000
Keputusan Nasabah* Kualitas Pelayanan	,000
Linearity	,000
Deviation from Linearity	,440

Sumber: Data diolah,2019

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikan *linearity* sebesar 0,000 yang mana $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas pelayanan dan keputusan ulang nasabah untuk menabung terdapat hubungan linier.

Tabel 4.11
Hasil Uji Linearitas Keputusan Nasabah dan Lokasi

	Sig.
(Combined)	,000
Keputusan Nasabah Menabung * Lokasi	,000
Linearity	,000
Deviation from Linearity	,327

Sumber: Data diolah,2019

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikan *linearity* sebesar 0,000 yang mana $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel lokasi dan keputusan ulang nasabah untuk menabung terdapat hubungan linier.

Tabel 4.12
Hasil Uji Lineritas Keputusan Nasabah dan Kualitas Produk

		Sig.
Keputusan Nasabah * Kualitas Produk	(Combined)	,000
	Linearity	,000
	Deviation from Linearity	,176

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikan *linearity* sebesar 0,000 yang mana $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas produk dan keputusan ulang nasabah untuk menabung terdapat hubungan linier.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor. Hasil analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 21 pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,442	,403		-3,580	,001
1 Kualitas Pelayanan	,671	,047	,632	14,404	,000
Lokasi	,166	,040	,166	4,155	,000
Kualitas Produk	,147	,029	,221	5,047	,000

Sumber : Data diolah,2019

Dari hasil perhitungan regresi linear diatas diketahui bahwa citra kualitas pelayanan (X_1), Lokasi (X_2), dan Kualitas Produk (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y) dapat dirumuskan dalam persamaan berikut :

$$Y = -1,442 + 0,671(X_1) + 0,166(X_2) + 0,147(X_3)$$

Berdasarkan perhitungan persamaan regresi linear berganda diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai Konstanta sebesar -1,442 yang mana artinya jika kualitas pelayanan, lokasi dan kualitas produk nilainya sama dengan 0, maka keputusan ulang nasabah Bank Syariah Mandiri Prabumulih adalah sebesar -1,442.
- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,671 yang mana artinya ketika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu-satuan maka akan berdampak pada peningkatan keputusan ulang nasabah sebesar 0,671.
- c. Nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,166 yang mana artinya ketika variabel lokasi mengalami kenaikan satu-satuan maka akan berdampak pada peningkatan keputusan ulang nasabah sebesar 0,166.
- d. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,147 yang mana artinya ketika variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu-satuan maka akan berdampak pada peningkatan keputusan ulang nasabah sebesar 0,147.

3. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji signifikan (Uji F) adalah uji yang digunakan untuk melihat atau mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama (silmutan) mempengaruhi variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} dan nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat dan artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai F_{tabel} dapat dilihat dari nilai dfl yaitu k (jumlah variabel independen) dan fdl yaitu n-k (n adalah jumlah sampel), dfl = 3 dan df2 = 93, maka dapat diketahui bahwa nilai F_{tabel} adalah sebesar 2,70. Hasil uji F menggunakan SPSS 21 pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 4.14
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1054,923	3	351,641	959,915	,000 ^b
Residual	33,702	92	,366		
Total	1088,625	95			

Sumber : Data diolah,2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 959,915 $> 2,70$ dan nilai signifikan sebesar 0,000 $< 0,5$ sehingga H_4 diterima yang mana artinya kualitas pelayanan, lokasi dan kualitas produk

secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan ulang nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Syariah Prabumulih.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah suatu variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} dengan taraf signifikannya 5% atau 0.05. jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terkait dan artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai $t_{tabel} = (\alpha / 2 : n-k-1)$ maka diperoleh nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,986. Hasil uji t menggunakan SPSS 21 pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,442	,403		-3,580	,001
1 Kualitas Pelayanan	,671	,047	,632	14,404	,000
Lokasi	,166	,040	,166	4,155	,000
Kualitas Produk	,147	,029	,221	5,047	,000

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa :

1) Variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah

Dari tabel diatas diketahui bahwa tabel t_{hitung} variabel kualitas pelayanan sebesar $14,404 > 1,986$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_1 diterima yang mana artinya kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan ulang nasabah untuk menabung

2). Variabel lokasi terhadap keputusan nasabah

Dari tabel diatas diketahui bahwa tabel t_{hitung} variabel lokasi sebesar $4,155 > 1,986$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_2 diterima yang mana artinya lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan keputusan ulang nasabah untuk menabung.

3). Variabel kualitas produk terhadap keputusan nasabah

Dari tabel diatas diketahui bahwa tabel t_{hitung} variabel kualitas produk sebesar $5,047 > 1,986$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_3 diterima yang mana artinya kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan ulang nasabah untuk menabung..

c. koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat kemampuan atau sesanggupan variabel independen mempengaruhi variabel dependen semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik

kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi menggunakan SPSS 21 pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,984 ^a	,969	,968	,605

Sumber : Data diolah,2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,968 yang mana menunjukkan bahwa presentase proporsi variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen sebesar 96,8% sedangkan 3,2% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan ulang nasabah untuk menabung. Artinya kenaikan kualitas pelayanan diikuti oleh keputusan ulang nasabah untuk menabung secara signifikan. Sehingga jika semakin tingginya kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Prabumulih maka semakin besar tingkat keputusan ulang nasabah untuk menabung. Hal ini di perkuat oleh uji t yang menghasilkan nilai sig

sebesar $14,404 > 1,986$ hal ini berarti hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan nasabah menabung berpengaruh positif.

Hal ini dijelaskan oleh teori yang dikemukakan oleh Kotler yang menyatakan memberikan pelayanan yang berkualitas dapat mendorong penjualan jasa dan menciptakan keunggulan tersendiri dibandingkan pesaing. Kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen akan menjadi penilaian atas pelanggan, tentunya hal ini akan sangat mempengaruhi suatu keputusan yang diambil oleh konsumen. Hasil penelitian tersebut didukung oleh bukti empiris dari penelitian terdahulu Raihan Daulay (2011) dan M.Fajar Fahrudin (2015) menunjukkan adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah .

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menabung.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan ulang nasabah untuk menabung. Artinya semakin strategis lokasi suatu bank diikuti oleh keputusan ulang nasabah menabung secara signifikan. Sehingga jika Bank Syariah Mandiri berlokasi ditempat yang strategis maka semakin besar tingkat keputusan nasabah menabung. Hal ini diperkuat oleh uji t yang menghasilkan nilai sig sebesar $4,155 > 1,986$ hal ini berarti hubungan antara lokasi dan keputusan nasabah menabung berpengaruh positif.

Hal ini dijelaskan oleh teori J.Paul Peter dan Jerry C.Olson yang menyatakan lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat,

dapat menarik sejumlah besar konsumen, dan cukup kuat untuk mengubah pola belanja dan pembelian konsumen. Sejalan dengan menjamurnya perusahaan yang menjual produk yang sama perbedaan yang tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar dan kemampuan sebuah toko. ini mencerminkan pentingnya pemilihan lokasi yang tepat, penentuan lokasi yang tepat akan mempengaruhi keputusan pembelian dan memberikan gambaran kesuksesan sebuah bisnis tersebut. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh bukti empiris dari penelitian terdahulu, dalam penelitian Cindhya Audina Putribasutami (2018) dan Rizqa Ramadhani (2012) lokasi pengaruh positif terhadap keputusan nasabah

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan ulang nasabah untuk menabung. Artinya semakin meningkat kualitas produk diikuti oleh keputusan nasabah menabung secara signifikan. Sehingga jika kualitas produk yang dimiliki Bank Syariaan Mandiri Prabumulih semakin baik maka semakin besar tingkat keputusan nasabah menabung. Hal ini diperkuat oleh uji t yang menghasilkan nilai sig sebesar $5,047 > 1,986$ hal ini berarti hubungan antara kualitas produk dan keputusan nasabah menabung berpengaruh positif.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori yang di nyatakan oleh Mowen yang menyatakan kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan dan keputusan pembelian pelanggan. Dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing . Alex dan Thomas menyatakan bahwa konsumen cenderung mengetahui secara pasti produk apa yang akan dibeli dan tidak akan membuah waktu memilih produk-produk yang tidak berkualitas. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh bukti empiris dari penelitian terdahulu, Amalia Damar Sari (2015) dan Khasan (2012) menunjukan adanya pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan ulang nasabah untuk menabung pada Bank Syariah Mandiri Prabumulih, hal ini dibuktikan dengan hasil uji parsial yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $14,404 > 1,986$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$
2. Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan ulang nasabah untuk menabung menabung pada Bank Syariah Mandiri Prabumulih, hal ini dibuktikan dengan hasil uji parsial yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $4,155 > 1,986$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan ulang nasabah untuk menabung pada Bank Syariah Mandiri Prabumulih, hal ini dibuktikan dengan hasil uji parsial yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $5,047 > 1,986$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Kualitas pelayanan, lokasi dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan ulang nasabah untuk menabung pada Bank Syariah Mandiri Prabumulih, hal ini dibuktikan dengan hasil uji

simultan yang menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar $959,915 > 2,70$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,5$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan simpulan diatas, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bank Mandiri Syariah Prabumulih diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, lokasi serta kualitas produk yang mana hal tersebut dapat menjadi faktor yang dapat meningkatkan jumlah nasabah yang menabung.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah manabung dan diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar dapat melanjutkan dan mengembangkan penelitian dengan menambah variabel penelitian yang lebih banyak dan pada objek penelitian yang berbeda.