

**DETERMINAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN  
MESIN SETOR TUNAI PADA BANK SYARIAH INDONESIA  
CABANG KOTA LANGSA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu  
Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**



Oleh :

**INDAH MUSLIMAH**

NIM. 4012017147

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA  
2022 M/1443 H**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**DETERMINAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN  
MESIN SETOR TUNAI PADA BANK SYARIAH INDONESIA  
CABANG KOTA LANGSA**

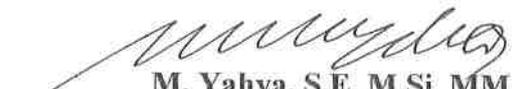
Oleh:

**INDAH MUSLIMAH  
NIM. 4012017147**

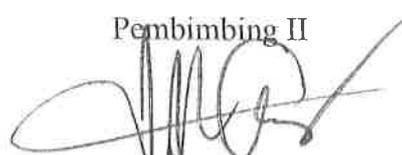
Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)  
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Langsa, 24 Januari 2022

Pembimbing I

  
**M. Yahya, S.E, M.Si, MM**  
NIP. 19651231 199905 1 001

Pembimbing II

  
**Nanda Safarida, M.E**  
NIP. 19861112 201903 2 005

Menyetujui,  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

  
**Dr. Saiful Rizal, S.H.I, M.SI**  
NIP. 19781215 200912 1 002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Determinan Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mesin Setor Tunai Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa**”. An. Indah Muslimah, NIM 4012017147 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasahkan dalam Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 17 Februari 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah.

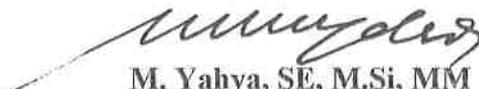
Langsa, 17 Februari 2022

Panitia Sidang Munaqasah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Langsa

Penguji I

  
M. Yahya, SE, M.Si, MM  
NIP. 19651213 199905 1 001

Penguji II

  
Nanda Safarida, M.E  
NIP. 19861112 201903 2 005

Penguji III

  
Dr. Abdul Hamid, MA  
NIP. 19730731 200801 1 007

Penguji IV

  
Chahayu Astina, M.Si  
NIP. 19841123 201903 2 007

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Langsa

  
  
Dr. Iskandar, M.CL  
NIP. 19650616 199503 1 002

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Muslimah  
NIM : 4012017147  
Tempat Tanggal Lahir : Benteng Anyer, 14 April 1999  
Fakultas/Program Studi : FEBI / Perbankan Syariah  
Alamat : Desa Benteng Anyer Kecamatan Manyak Payed  
Kabupaten Aceh Tamiang Provinsi Aceh

Menyatakan bahwa Skripsi saya yang berjudul **“Determinan Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mesin Setor Tunai Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa”**. Adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, tidak merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pemikiran saya sendiri. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi orang lain, maka saya siap menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Langsa, Februari 2022

  
  
**INDAH MUSLIMAH**  
**NIM. 4012017147**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Meurandeh – Kota Langsa – Aceh, Telepon 0641) 22619 – 23129; Faksimili(0641) 425139;  
Website: www.febi.iainlangsa.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B/537/In.24/LAB/PP.00.9/02/2022

Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri  
Langsa menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

NAMA : INDAH MUSLIMAH  
NIM : 4012017147  
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH  
JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM  
MENGUNAKAN MESIN SETOR TUNAI PADA BANK  
SYARIAH INDONESIA CABANG KOTA LANGSA

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 35% pada naskah  
skripsi yang disusun. Surat Keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti  
sidang munaqasyah.

Langsa, 03 Februari 2022

Ketua Laboratorium FEBI



Mastura, M.E.I

NIDN. 201307870

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Barang Siapa yang Keluar Rumah untuk Mencari Ilmu, Maka Ia berada di Jalan Allah Hingga Ia Pulang”.**  
**(HR. Tirmidzi)**

**“Semangat dari kedua orang tua, adik dan Sahabat-sahabat merupakan kekuatan terbesarku”**

**“Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua, keluarga, keponakan dan teman terdekat yang tiada hentinya mendoakan dan mensupport saya agar pendidikan ini segera terselesaikan dan ilmu yang saya dapatkan bermanfaat bagi saya pribadi dan masyarakat”**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonemkonsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ś	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	D	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

### 2. Vokal.

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

**a. Vokal Tunggal**

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
— —	Kasrah	I	L
' —	Dammah	U	U

**b. Vokal Rangkap**

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
' —	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و —	Fathah dan waw	Au	a dan u

**c. Maddah**

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
— —	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
' —	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و----	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

**d. Ta marbūtah.**

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

- 1) ta marbutahhidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

- 2) ta marbūtahmati

Ta marbūtah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

- 3) Kalaupun kata yang terakhir dengan ta marbūta diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūta itu ditransliterasikan dengan ha (h).

**e. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydīd dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

**f. Kata Sandang.**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

- Ar-rajulu : الرجل
- As-sayyidatu: السيدة
- Al-qalamu : القلم

**g. Hamzah**

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh :

- Ta'khuzuna : تاخذن
- An-nau' : النوء
- Syai'un : شئى

#### **h. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda) maupun harf, ditulisterpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya:

Contoh :

- Wainnallāhalahuakhairar-rāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Wainnallāhalahuakhairurrāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Faaufū al-kailawa al-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Faaufū al-kailawal-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Ibrāhīmul-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Bismillāhimajrehāwamursāhā : بسم الله مجر اها ومر سها
- Walillāhi 'alan-nāsihiju al-baiti : والله على الناس حخ البيت

#### **i. Huruf Kapital**

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: Huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri sendiri, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wamā Muhammadunillārasūl
- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubin

Penggunaan hurufawal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam t

- 

ulisanArabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan d

engan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Nasrun minallāhi wafathunqarib
- Lillāhi al-amrujami'an

#### **j. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. Dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beriring salam ke pangkuan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat yang telah membawa umat-Nya dari alam jahiliah ke alam islamiah yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Skripsi ini yang berjudul **“Determinan Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mesin Setor Tunai Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa”**, Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah memberikan kontribusi yang sangat berharga atas penyelesaian skripsi ini. Terima kasih penulis sampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis. Kemudian kepada seluruh kawan-kawan yang telah banyak membantu penulis dalam menimba ilmu.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, doa, dukungan serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Basri Ibrahim, MA sebagai rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Iskandar, M. CL selaku dekan beserta seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

3. Bapak Dr. Syamsul Rizal, S.H.I, M.Si selaku ketua jurusan dan selaku pembimbing II beserta seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan.
4. Bapak M. Yahya, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing I dan Ibu Nanda Safarida, M.E, Bapak Dr. Abdul Hamid, MA sebagai penguji I dan Ibu Chahayu Astina, M.Si sebagai penguji II yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, masukan dan semangat bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai dengan akhir.
5. Ibu dan Ayah serta sanak saudara terima kasih untuk doa yang tidak pernah putus, perhatian, kasih sayang, kesabaran serta bantuan baik moral maupun materiil sepanjang perjalanan hidup penulis. Insyaa Allah kelak akan membuat kalian bangga. Aamiin.
6. Untuk semua sahabat dan teman serta seluruh pihak yang telah sangat membantu namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk sekecil apapun doa dan dukungan yang kalian berikan kepada penulis.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi penelitian.

Langsa, Januari 2022

Penulis

**INDAH MUSLIMAH**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PESETUJUAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PEDOMAN PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah .....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	9
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
1.6 Penjelasan Istilah.....	10
1.7 Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Bank Syariah.....	13
2.1.1 Pengertian Bank Syariah.....	13
2.1.2 Asas, Tujuan, dan Fungsi Bank Syariah.....	14
2.2 Pilihan Jasa Setoran Tunai.....	15
2.2.1 <i>Teller</i> .....	15
2.2.2 <i>Automatic Teller Machine</i> .....	16
2.2.3 <i>Cash Recycle Machine (CRM)</i> .....	17
2.3 Keputusan Nasabah.....	18
2.3.1 Pengertian Keputusan Nasabah.....	18
2.3.2 Indikator Keputusan Nasabah .....	20
2.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah	20
2.4 Keandalan ( <i>realibility</i> ) .....	25

2.4.1 Pengertian Keandalan ( <i>realibility</i> ). .....	25
2.4.2 Indikator Kepercayaan ( <i>reliability</i> ). .....	26
2.4.3 Hubungan Antara Kepercayaan dengan Pengambilan Keputusan Nasabah.....	26
2.5. Pengetahuan ( <i>assurance</i> ). .....	27
2.5.1 Pengertian Pengetahuan ( <i>assurance</i> ). .....	27
2.5.2 Indikator Pengetahuan ( <i>assurance</i> ). .....	28
2.5.3 Hubungan Antara Assurance dengan Teori Pengambilan Keputusan Nasabah .....	29
2.6 Bukti Fisik ( <i>tangibles</i> ). .....	30
2.6.1 Pengertian Bukti Fisik ( <i>tangibles</i> ). .....	30
2.6.2 Indikator Fisik ( <i>tangibles</i> ). .....	31
2.6.3 Hubungan Antara Fisik ( <i>tangibles</i> ) dengan Pengambilan Keputusan. ....	31
2.7 Motivasi. ....	32
2.7.1 Definisi Motivasi. ....	32
2.7.2 Indikator Motivasi. ....	33
2.7.3 Hubungan Antara Motivasi dengan Pengambilan Keputusan .....	33
2.8 Penelitian Terdahulu. ....	34
2.9 Kerangka Teori. ....	36
2.10 Hipotesis Penelitian .....	37

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian. ....	39
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian. ....	39
3.3 Populasi dan Sampel. ....	39
3.3.1 Populasi. ....	39
3.3.2 Sampel. ....	40
3.4 Sumber Data. ....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data. ....	41
3.6 Defenisi Operasional Variabel. ....	43

3.7 Teknik Analisa Data.....	45
3.8 Model Analisis Data .....	46
3.9 Uji Hipotesis .....	47
3.10 Koefisien Determinasi .....	48
3.11 Uji Asumsi Klasik .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	52
4.2 Data dan Analisis .....	55
4.3 Pengujian dan Hasil Analisis Data .....	59
4.4 Pembahasan .....	73
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *reliability* terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa, dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *assurance* terhadap pengetahuan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 97 responden. Sumber data yang digunakan adalah sumber data *primer* dan sumber data *sekunder*. Sumber data yang digunakan adalah sumber data *primer* dan sumber data *sekunder*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi, kuesioner atau angket. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar  $132,070 > F$  tabel (0,197) dengan nilai signifikannya sebesar 0,000 pada tingkat signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipilih tepat. Uji t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan kriteria pengujian t hitung  $> t$  tabel atau  $p$  value  $< \alpha$  maka  $H_0$  ditolak. Hasil analisis uji t untuk variabel *reliability* diperoleh nilai t hitung sebesar  $-0,623 < t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,537 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  diterima. Hasil analisis uji t untuk variabel *assurance* diperoleh nilai t hitung sebesar  $7,959 < t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima. Hasil analisis uji t untuk variabel *tangibles* diperoleh nilai t hitung sebesar  $1,271 > t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,212 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima. Hasil analisis uji t untuk variabel *motivasi* diperoleh nilai t hitung sebesar  $2,111 > t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,042 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima, yang artinya keempat variabel berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah bank syariah Indonesia.

**Kata Kunci : Keputusan Nasabah, Mesin Setor Tunai**

## ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how the influence of reliability on the customer's decision to use a cash deposit machine at Bank Syariah Indonesia Langsa Branch, and to find out how the influence of assurance on customer knowledge of using a cash deposit machine at Bank Syariah Indonesia Langsa Branch. This research is quantitative research. the minimum sample that must be used in the study is 97 respondents. The data sources used are primary data sources and secondary data sources. The data sources used are primary data sources and secondary data sources. Data collection techniques used in this study were observation, documentation, questionnaires or questionnaires. Based on the results of the F test, the calculated F value is  $132,070 > F$  table (0.197) with a significant value of 0.000 at a significant level of 0.05, it can be concluded that the regression model chosen is correct. The basic t test shows how far the influence of one independent variable individually in explaining the variation of the dependent variable, with the test criteria  $t$  count  $>$   $t$  table or  $p$  value  $<$  then  $H_0$  is rejected. The results of the t-test analysis for the reliability variable obtained the t-count value of  $-0.623 <$   $t$  table (0.197) with a probability value of 0.537 which means it is less than 0.05 then  $H_0$  is accepted. The results of the t test analysis for the assurance variable obtained a t value of  $7.959 <$   $t$  table (0.197) with a probability value of 0.000 meaning less than 0.05 then  $H_1$  is accepted. The results of the t-test analysis for the tangibles variable obtained a t-count value of  $1.271 >$   $t$ -table (0.197) with a probability value of 0.212 which means it is less than 0.05 then  $H_1$  is accepted. The results of the t-test analysis for the motivational variable obtained a t-count value of  $2.111 >$   $t$  table (0.197) with a probability value of 0.042 which means it is smaller than 0.05 then  $H_1$  is accepted, which means that the four variables have a significant positive effect on the decisions of Indonesian Islamic bank customers.

**Keywords: Customer Decision, Cash Deposit Machine**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era modern sekarang ini kemajuan teknologi sangatlah pesat. Pesatnya kemajuan teknologi membawa perubahan dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat. Perubahan tersebut terjadi karena semakin banyak keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini didorong oleh ketersediaan barang maupun jasa yang tidak dapat memenuhi dan memuaskan keinginan serta kebutuhan konsumen untuk dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen sehingga mendorong pihak-pihak tertentu untuk mencari dan mencoba inovasi atau perubahan baru dari suatu produk. Suatu teknologi yang canggih di sektor perbankan sangatlah diperlukan dalam persaingan.

Perusahaan yang memberikan jasa yang berkualitas dan bermutu, yang dapat memenuhi tingkat kepentingan konsumen akan dapat lebih bertahan karena menciptakan nilai yang lebih unggul daripada pesaingnya. Bisnis besar yang sering dijumpai seperti perusahaan penerbangan, perbankan, hotel, asuransi, telekomunikasi, dan transportasi angkutan barang hingga berbagai jenis bisnis kecil yang dimiliki dan dijalankan secara lokal, termasuk restoran, taxi, ahli mata, dan lain sebagainya perlu juga melakukan hal tersebut.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas. Era persaingan bisnis yang begitu kuat dan ketat seperti yang terjadi

pada saat ini, menuntut semua perusahaan untuk lebih agresif dan berani dalam mengambil keputusan serta menerapkan strategi perusahaan sehingga bisa menjadi lebih unggul dari para pesaing. Namun untuk menjadi perusahaan yang benar-benar unggul dalam persaingan dunia usaha bukanlah sebuah hal yang mudah. Strategi merupakan peranan terpenting dalam kesuksesan bagi suatu perusahaan. Salah satunya memanfaatkan teknologi informasi sebagai strategi perusahaan. Teknologi ini juga mempengaruhi kegiatan pemasaran karena dapat memberikan satu akibat pada kehidupan konsumen terutama cara hidup dan pola konsumsinya.<sup>1</sup>

Peranan lembaga keuangan dalam perekonomian sangat penting dan merupakan jantung bisnis, dimana eksistensi lembaga keuangan sangat dibutuhkan dalam menopang pertumbuhan perekonomian Indonesia. Semakin maju lembaga keuangan, semakin cepat perekonomian untuk tumbuh dan berkembang. Salah satu sektor yang ikut terpengaruhi oleh perkembangan yaitu teknologi informasi dan komunikasi dalam industri perbankan. Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, masyarakat sudah mengetahui bagaimana sistem pelayanan bank pada umumnya.<sup>2</sup> Pola transaksinya tidak jauh dengan sistem seperti dulu, mengantri, tatap muka langsung, atau dengan kata lain transaksi secara langsung antara nasabah dengan *Teller* bank. Peran teknologi dalam dunia perbankan sangatlah mutlak, dimana kemajuan suatu sistem perbankan sudah tentu didukung oleh teknologi informasi. Semakin berkembang fasilitas yang diterapkan perbankan

---

<sup>1</sup> Nurastuti dan Wiji, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 32.

<sup>2</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2015), hal. 30.

untuk memudahkan pelayanan, itu berarti semakin beragam dan kompleks adopsi teknologi yang dimiliki suatu bank.<sup>3</sup>

Manfaat teknologi informasi dalam sektor perbankan, secara umum adalah untuk meningkatkan daya saing bank yang ditunjukkan dengan kecepatan, ketepatan, efisiensi, produktifitas, validitas dan pelayanan yang semakin meningkat. Peningkatan kinerja dan daya saing bank tersebut dimungkinkan dengan keberadaan teknologi informasi yang bisa berfungsi sebagai media untuk melakukan transaksi, yang mencakup wilayah geografis yang luas, menganalisis data, mengotomatisasi operasional bank, menyediakan informasi, memproses kegiatan bank secara sekuensial, pengelolaan pengetahuan berbasis teknologi, serta fungsi disintermediasi yang memungkinkan pihak bank dan nasabahnya seolah-olah tidak ada penghalang dalam memenuhi kebutuhannya masing-masing.

Persaingan dalam bidang pelayanan bank salah satunya pelayanan berupa setoran tunai. Dahulunya masyarakat untuk melakukan setor tunai hanya bisa dilakukan melalui teller, namun demikian seiring dengan perkembangan zaman dan dengan adanya teknologi canggih masyarakat/nasabah dapat melakukannya dengan ATM setor dan tarik tunai atau yang disebut dengan *Cash Recycle Machine (CRM)*.

*Cash Recycle Machine (CRM)* merupakan mesin ATM yang memiliki fungsi ATM tarik tunai, ATM non tunai, dan ATM setoran tunai. Kegiatan tersebut dapat memudahkan masyarakat/nasabah untuk bertransaksi di luar bank itu sendiri tanpa melalui teller, dan transaksi ini dapat dilakukan di mana saja dengan waktu

---

<sup>3</sup> Nurastuti, Wiji, *Teknologi Perbankan*, Edisi Pertama, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2011), hal. 56.

yang tidak ditentukan, asalkan bank yang dituju memiliki fasilitas setor tunai (*Cash Recycle Machine*).

Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa telah mengembangkan layanan-layanan, tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup. Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank terutama pada Bank Syariah Indonesia adalah layanan setoran tunai tidak hanya bisa dilakukan melalui *Teller* tetapi bisa juga melalui layanan *online banking*, yaitu layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau lokasi lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang rill (kantor cabang).<sup>4</sup>

Selain itu terdapat pula layanan ATM Setoran Tunai, yang kemunculannya oleh pihak bank dimaksudkan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga dapat. Menghindari antrian panjang di *teller* pada jam-jam tertentu dan memberikan pilihan kepada nasabah untuk menyetorkan uangnya di luar jam kerja dan di hari libur sekalipun. ATM Setoran Tunai bekerja selama 24 jam dalam sehari dan tujuh hari dalam seminggu. Selain itu mesin setor tunai membantu nasabah untuk menabung di hari-hari libur dan di luar jam kerja.

Nominal uang yang dapat disetorkan tunai adalah Rp. 50.000, Rp.100.000. dalam sehari nasabah dapat melakukan transaksi setor tunai maksimal Rp.10.000.000 per kartu ATM. Setiap transaksi uang yang dapat diterima mesin sebanyak 50 lembar. Dengan adanya setor tarik tunai nasabah dapat melakukan

---

<sup>4</sup> Nurastuti, Wiji, *Teknologi Perbankan*, Edisi Pertama, ..., hal. 57.

setor tunai dalam mata uang rupiah baik ke rekening sendiri maupun orang lain tanpa dikenakan biaya.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada Teller Bank Syariah Langsa mengatakan bahwa:

“Mesin setor tunai yang dimiliki Bank Syariah Indonesia saat ini memang sangat membantu sekali bagi masyarakat khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia. Mesin setor tunai ini memang dapat bekerja setiap jam apabila dibutuhkan setiap saat, nasabah tidak perlu mengantri juga ke teller atau pada jam malam jika keadaan mendesak dapat digunakan oleh nasabah. Pada prinsipnya mesin ini sangat membantu kami juga pada setoran tunai nasabah melalui teller pada jam operasional”.<sup>5</sup>

Selanjutnya peneliti melakukan observasi wawancara kepada nasabah Bank Syariah Indonesia Langsa mengatakan bahwa:

Dengan adanya mesin setor tunai ini kami sangat berterima kasih kepada Bank, sebab setiap waktu kami memerlukannya cepat dan tepat waktu. Dalam penyeteroran tunai ini kami juga selaku nasabah tidak perlu melakukan transaksi ke teller mengantri dengan antrian cukup lama sesuai dengan nomor antrian.<sup>6</sup>

Untuk mempelancar dan mempercepat waktu, maka dari itu bank menyediakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi yang bisa kita gunakan yaitu ATM (Anjungan Tunai BSI). Dengan adanya ATM ini, kita dapat melakukan berbagai transaksi yang terkait dengan bank. ATM tercipta karena tuntutan masyarakat dengan mobilitas yang tinggi dan menginginkan segala sesuatunya secara instan dan cepat.

Secara umum penggunaan kartu ATM sangat berfungsi bagi kemudahan bertransaksi dan pengambilan uang secara tunai tanpa pergi ke bank, untuk itu peningkatan dan keamanan bertransaksi di utamakan. Risiko kehilangan dan

---

<sup>5</sup> Hasil wawancara kepada *Teller* Bank BSI Syariah Cabang Langsa, tanggal 20 Mei 2021

<sup>6</sup> Hasil observasi peneliti kepada Surani, Nasabah BRI Syariah Cabang Langsa, tanggal 22 Mei 2021

pencurian uang lebih rendah karena kalau kartu hilang si pemilik kartu dapat menghubungi penerbit untuk memblokir kartu, lebih praktis karena dapat mengatasi kebutuhan dana mendesak dalam jangka pendek. Selain itu ATM mempunyai kelebihan sendiri yaitu melayani nasabah 24 jam sehari dengan menyediakan beraneka ragam menu transaksi.

Dampak positif dari adanya ATM (Anjungan Tunai BSI) ini berkaitan dengan pertumbuhan nasabah terutama pada Bank Syariah Indonesia. Karena dengan adanya fitur-fitur layanan ATM yang dapat memudahkan nasabah bank dalam penggunaan jasa bank. Selain itu, dengan dikembangkannya mesin ATM setor tunai (CRM) sebagai fitur semakin memberi dampak bagi bank karena dapat menarik minat masyarakat untuk bergabung menjadi nasabah BSI.

Dalam hal ini terjadi kerugian dalam penggunaan ATM yang tiba-tiba rusak, nasabah seringkali mengalami kesulitan untuk membuktikan kerugian yang dialaminya. Namun demikian, kerugian akibat penggunaan ATM sesungguhnya dapat terjadi karena kesalahan nasabah sendiri. Sementara itu, pihak bank sulit untuk dapat dipermasalahkan atas ATM yang *error*. Sebab, pihak bank tidak hadir dan tidak menyaksikan sendiri proses transaksi, kecuali pihak bank mengakui adanya masalah pada mesin ATM tersebut melalui penelusuran bukti-bukti nyata yang tercatat oleh ATM.

Persoalannya, apabila ATM mencatat dengan baik jumlah uang yang sudah dikeluarkan namun kenyataannya nasabah tidak menerima sama sekali dana dimaksud, atau dana yang diterima oleh nasabah kurang, akibat *error*. Pada sisi lain, ketika konsumen mengajukan komplain terhadap bank, konsumen seringkali tidak

sabar menunggu penyelesaian yang dilakukan oleh bank. Padahal atas komplain yang diajukan oleh konsumen, bank akan menindaklanjuti laporan nasabah tersebut. Namun demikian komplain tersebut tentu saja tidak serta merta akan langsung dikabulkan dan tetap membutuhkan waktu dengan menunggu proses yang diperlukan untuk mengembalikan dana ke rekening nasabah yang terdebit. Kartu ATM tertelan apabila kejadian tersebut pada jam kerja bank akan segera menyelesaikan atas komplain dengan cara menyerahkan kembali Kartu ATM yang tertelan kepada nasabah.

Selain itu berdasarkan wawancara dengan nasabah bank syariah Indonesia, nasabah tersebut mengatakan bahwa transaksi di ATM setor tunai lebih mudah dari pada melakukan transaksi di teller bank. Nasabah tidak perlu melakukan prosedur yang panjang untuk setor tunai. Untuk melakukan setor tunai di ATM cukup menggunakan kartu ATM. Sehingga nasabah tersebut lebih memilih ATM setor tunai daripada teller.<sup>7</sup> Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa untuk memilih jasa layanan setor tunai disebabkan karena adanya motivasi. Motivasi merupakan kondisi psikologis atau keadaan dalam diri seseorang yang akan membangkitkan atau menggerakkan dan membuat seseorang untuk tetap tertarik dalam melakukan kegiatan untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, untuk meningkatkan jumlah nasabah melakukan setoran tunai, maka sangat penting bagi bank mengetahui preferensi nasabah dalam melakukan setor tunai. Dengan demikian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Determinan Keputusan Nasabah Dalam

---

<sup>7</sup> Hasil Wawancara dengan nasabah bank syariah pada 25 November 2021 pukul 09.30 WIB.

Menggunakan Mesin Setor Tunai Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah adapun identifikasi masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Kurangnya kepercayaan (*reliability*) nasabah dengan menggunakan jasa setor tunai yang disebabkan masih sering terjadi masalah pada mesin setor tunai (CRM).
2. Kurangnya jaminan pada mesin setor tunai (CRM) akibat sering terjadi kesalahan dalam pencatatan.
3. Kurangnya kepercayaan nasabah terhadap fisik (*tangibles*) mesin setor tunai/cash recycle machine (CRM) yang masih sering terjadinya offline sistem yang dialami nasabah pada saat setor tunai.
4. Kurangnya motivasi menabung/setor tunai melalui mesin CRM akibat dari sering terjadinya kesalahan atau mis komunikasi antara nasabah dan pihak bank (CRM).

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah, maka perlu dilakukan batasan masalah, adapun batasan masalah pada penelitian ini penulis hanya membahas masalah yang berhubungan dengan *reliability*, *assurance*, *tangibles*, motivasi dan pendapatan terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Kota Langsa.

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *reliability* terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa?
2. Bagaimana pengaruh *assurance* terhadap pengetahuan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa?
3. Bagaimana pengaruh *tangibles* terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa?
4. Bagaimana pengaruh motivasi nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa?
5. Bagaimana pengaruh keputusan *reliability*, *assurance*, *tangibles*, dan motivasi nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa?

## 1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.5.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa.
2. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap pengetahuan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa.
3. Untuk mengetahui pengaruh *tangibles* terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa.

4. Untuk mengetahui pengaruh motivasi nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa.
5. Untuk mengetahui pengaruh keputusan *reliability*, *assurance*, *tangibles*, dan motivasi nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa.

### **1.5.2 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis dan akademis, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan serta dapat digunakan untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman mengenai judul yang diteliti.
2. Manfaat praktis, diharapkan untuk memberikan manfaat dan pengetahuan yang lebih luas terhadap judul penelitian yang telah diteliti khususnya di Bank Syariah Cabang Langsa.

### **1.6 Penjelasan Istilah**

#### **1. Keputusan Nasabah**

Keputusan nasabah adalah hal suatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Artinya Keputusan (*decision*) adalah pilihan (*choice*) yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi, 2010), hal. 72.

## 2. *Cash Recycle Machine (CRM)* (Mesin Daur Ulang Uang Tunai)

*CRM* adalah mesin ATM yang memiliki fungsi ATM Tarik Tunai, ATM Non Tunia, dan ATM Setoran Tunai.<sup>9</sup> *CRM* sangat membantu system operasional bank terutama *Teller* dikarenakan pengguna *CRM* merasakan lebih efisien.

## 3. *Teller*

*Teller* adalah petugas bank yang bertanggung jawab untuk menerima impanan, mencairkan cek, dan memberikan jasa pelayanan perbankan lain kepada masyarakat, tanda tangan pengesahan kasir diperlukan sebagai tanda sah suatu dokumentransaksi; pada lembaga keuangan, pada umumnya kasir bekerja di belakang giral (*counter*), pada bank besar telah ditetapkan tugas dan fungsi kasir berdasarkan uraian tugas, misalnya seorang kasir memproses penerima simpanan yang diterima lewat surat, menyimpan, dan mencatat seluruh bukti penyimpanan dan pembayaran dari setiap nasabah.<sup>10</sup>

## 1.7 Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini disajikan dalam sistematika pembahasan yang terdiri atas 5 (lima) bab, yaitu:

Bab I adalah bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, penjelasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II adalah bab kajian teoritis yang terdiri dari tinjauan pustaka, penelitian sebelumnya, kerangka teoritis dan hipotesis.

---

<sup>9</sup> Nurastuti, Wiji, 2011, *Teknologi Perbankan.*, hal. 56-58.

<sup>10</sup> *Ibid.*

Bab III adalah bab metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, defenisi operasional dan teknik analisis data.

Bab IV adalah bab temuan penelitian yang terdiri dari deskripsi data penelitian, uji persyaratan analisis, uji hipotesis, interprestasi dan pembahasan hasil penelitian serta analisis penulis.

Bab V adalah bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Bank Syariah**

##### **2.1.1 Pengertian Bank Syariah**

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 yang di revisi dengan UU perbankan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 mendefinisikan bank syariah sebagai berikut: Bank syariah adalah lembaga keuangan yang pengoperasiannya dengan sistem bagi hasil. Bank berasal dari kata Italia banco yang artinya bangku. Bangku inilah yang dipergunakan oleh bankir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi bank.<sup>11</sup> Definisi bank syariah menurut Muhammad sebagai berikut: Bank Islam adalah lembaga keuangan yang operasionalnya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW.<sup>12</sup>

Dari definisi tersebut dikatakan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam.

Syarif Arbi mendefinisikan bank syariah adalah bank yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan manusia akan jasa perbankan, dengan teknik perbankan yang dilakukan terjauh dari yang bertentangan dengan ajaran agama Islam.<sup>13</sup> Sedangkan

---

<sup>11</sup> Malayu Hasibuan, *Perbankan Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hal. 1.

<sup>12</sup> Muhammad, *Kebijakan Moneter dan Fiskal Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Salemba Empat, 2012), hal. 12.

<sup>13</sup> Arbi Syarif, *Mengenal Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank*, (Jakarta: Djambatan, 2012), hal. 4.

Syafi'i Antonio mendefinisikan bank syariah adalah: Aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.<sup>14</sup>

### **2.1.2 Asas, Tujuan, dan Fungsi Bank Syariah**

#### **1. Asas Bank Syariah**

Berdasarkan Undang-Undang No.21 Tahun 2008 Pasal (2), Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan Prinsip Syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian.<sup>15</sup>

#### **2. Tujuan Bank Syariah**

Dalam Undang-undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Pasal 3 menyatakan bahwa: “Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaa, dan pemerataan kesejahteraan rakyat”.<sup>16</sup>

#### **3. Fungsi Bank Syariah**

- a. Bank Syariah dan Undang-Undang Syariah wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- b. Bank Syariah dan Undang-Undang Syariah dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.

---

<sup>14</sup> Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Kepraktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 1.

<sup>15</sup> *Ibid.*,

<sup>16</sup> *Ibid.*,

- c. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
- d. Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

## **2.2 Pilihan Jasa Setoran Tunai**

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau tidak.<sup>17</sup> Jasa adalah proses yang terdiri atas sekumpulan aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa atau sumber daya fisik atau barang dan/atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Untuk melakukan setor tunai bisa dilakukan melalui layanan ATM (Anjungan Tunai Mandiri) setor tunai CRM (*Cash Recycle Machine*) dan *Teller*.<sup>18</sup>

### **2.2.1 Teller**

*Teller* adalah petugas pada bank yang bekerja di *front line banking hall* dan melakukan transaksi langsung dengan nasabah dalam bentuk penerimaan atau penarikan baik berupa transaksi tunai atau nontunai serta melakukan pembukuan ke dalam sistem bank. *Teller* bertanggung jawab untuk menerima simpanan,

---

<sup>17</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2015), hal. 17.

<sup>18</sup>Niti Susastro, *Perilaku Konsumen dalam Ilmu Ekonomi dan Sistem Informasi Keprilakuan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 12.

mencairkan cek, dan memberikan jasa pelayanan perbankan lain kepada masyarakat.<sup>19</sup> Seorang Teller harus dapat menghitung uang dengan cepat. Karena itu dalam menghitung biasanya mereka menggunakan minimal dua jari. Mereka pun harus bersikap ramah, selalu tersenyum dan bersifat informatif kepada nasabah. Teller memiliki tanggung jawab yang besar atas uang tunai dan transaksi yang diproses oleh Teller.

Syarat-syarat untuk melakukan transaksi setoran tunai melalui Teller, berupa:

- a. Uang tunai
- b. Pengisian bukti setoran
- c. Buku tabungan, jika setoran dilakukan dengan buku
- d. Kartu identitas yang masih berlaku

### **2.2.2 Automatic Teller Machine**

ATM (*Automatic Teller Machine*) adalah sebuah perangkat komputerisasi yang digunakan oleh suatu lembaga keuangan (bank) dalam upaya menyediakan layanan transaksi keuangan. Melalui mesin tersebut, nasabah dapat menabung, mengambil uang tunai, mentransfer dana antar rekening dan transaksi rutin..<sup>20</sup>

*Automatic teller machine* (ATM) merupakan sistem pelayanan yang diberikan kepada nasabah secara elektronik dengan menggunakan komputer untuk mengupayakan penyelesaian secara otomatis dari sebagian fungsi yang biasanya dilakukan oleh teller. ATM dapat menggantikan fungsi teller untuk melayani beberapa jenis transaksi perbankan. Untuk mengoperasikan ATM biasanya

---

<sup>19</sup>Nurastuti dan Wiji, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 56.

<sup>20</sup> Nurastuti dan Wiji, *Teknologi Perbankan*,..., hal. 57.

diperlukan peralatan berupa kartu plastik (*Plastic card*) dan kode pengenalan diri (*personal identification card*). Beberapa jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan ATM antara lain:

- a. Penarikan tunai.
- b. Transfer antar rekening dalam bank yang sama atau bank yang berbeda.
- c. Pembayaran tagihan (rekening listrik, telepon, air, pembelian pulsa HP, dan pembayaran tagihan kartu kredit).
- d. Berbagai jenis transaksi perbankan lainnya.

### **2.2.3 *Cash Recycle Machine (CRM)***

*CRM* adalah mesin ATM yang memiliki fungsi ATM Tarik Tunai, ATM Non Tunai, dan ATM Setoran Tunai. *Cash Recycle Machine (CRM)* adalah mesin yang digunakan untuk menarik dan menyetor uang. Di Indonesia keberadaan mesin CRM ini masih terbatas hanya digunakan oleh beberapa Bank besar, Mesin CRM ini awalnya adalah mesin CDM (*Cash Deposit Machine*) yang peruntukannya hanya untuk mesin penyetor uang saja.<sup>21</sup>

Setor Tunai adalah setoran yang dilakukan oleh nasabah atau pihak lain secara langsung ke bank dengan menyetorkan uang tunai kepada petugas bank (*Teller*) dengan menggunakan slip setoran yang telah disediakan atau melalui *Cash Deposite Machine (CDM)*. *Cash Deposite Machine (CDM)* adalah mesin dengan sistem komputer yang diaktifkan dengan kartu magnetik bank sejenis ATM yang disediakan khusus untuk transaksi setor tunai. *Cash Deposit Machine* adalah mesin yang digunakan untuk menerima setoran tunai dengan nominal tertentu secara

---

<sup>21</sup> Nurastuti, Wiji, *Teknologi Perbankan*,..., hal. 56-58.

otomatis selama 24 jam dan di akses dengan menggunakan kartu. CDM merupakan bagian dari penyelenggaraan layanan perbankan digital (digital branch) yang dapat digunakan secara mandiri oleh calon nasabah dan/atau nasabah layanan perbankan digital tanpa melibatkan pegawai bank, dengan fungsinya sebagai sarana untuk menerima setoran tunai nasabah atau calon nasabah. ATM setoran Tunai (CDM) adalah mesin yang dapat menerima layanan setoran tunai dan mengecek saldo rekening di gerai-gerai terdekat yang melayani selama 24 jam.<sup>22</sup>

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *Cash Deposit Machine* merupakan mesin sejenis ATM yang dapat digunakan untuk menerima setoran tunai dengan nominal tertentu secara otomatis ke pihak bank tanpa harus melibatkan petugas bank (*Teller*) hanya dengan menggunakan kartu saja.

## **2.3 Keputusan Nasabah**

### **2.3.1 Pengertian Keputusan Nasabah**

Keputusan Nasabah adalah hal suatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Berarti keputusan (*decision*) adalah pilihan (*choice*), yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Sebagian besar keputusan berada pada satu dari dua kategori: terprogram dan beberapa alternatif yang dipilih.<sup>23</sup>

Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan

---

<sup>22</sup> Kasmir. 2010. *Dasar-Dasar Perbankan*. Edisi Pertama, Jakarta: Rajawali Pers, hal. 18

<sup>23</sup> Shinta, Agustina, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), hal. 45

atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses. Keputusan juga dapat diartikan sebagai proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.

Proses keputusan nasabah yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Secara rinci tahap-tahap ini dapat diuraikan sebagai berikut:<sup>24</sup>

- a. Pengenalan masalah, yaitu konsumen menyadari akan adanya kebutuhan. Konsumen menyadari adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diharapkan.
- b. Pencarian informasi, yaitu konsumen ingin mencari lebih banyak konsumen yang mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif.
- c. Evaluasi alternatif yaitu mempelajari dan mengevaluasi alternatif yang diperoleh melalui pencarian informasi untuk mendapatkan alternatif pilihan terbaik yang akan digunakan untuk melakukan keputusan pembeli.
- d. Keputusan membeli, yaitu melakukan keputusan untuk melakukan pembelian yang telah diperoleh dari evaluasi alternatif terhadap merek yang akan dipilih.

---

<sup>24</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Kencana, 2015), hal. 68.

- e. Perilaku sesudah pembelian, yaitu keadaan dimana sesudah pembelian terhadap suatu produk atau jasa maka konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidak puasan.

### **2.3.2 Indikator Keputusan Nasabah**

Menurut Philip Kotler and Kevin Lane Keller, terdapat empat indikator dari keputusan pembelian konsumen, yaitu:<sup>25</sup>

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat untuk berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

### **2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah**

Menurut Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan antara lain:<sup>26</sup>

#### **1. Faktor Budaya**

Pada setiap kelompok masyarakat pasti memiliki budaya, dimana budaya tersebut bisa digunakan sebagai aturan, kebiasaan dan ciri khas dari suatu kelompok masyarakat. Faktor budaya terdiri dari budaya, sub budaya dan kelas sosial merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku konsumen.

##### **a. Budaya**

Budaya adalah kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari dari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

---

<sup>25</sup> Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I edisi Kedua Belas*, (Jakarta: Lades, 2017), hal.166-167.

<sup>26</sup> *Ibid.*, hal. 167.

### b. Sub Budaya

Setiap kebudayaan mengandung sub-kebudayaan yang lebih kecil atau kelompok orang-orang yang mempunyai sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang sama. Sub kebudayaan meliputi kewarganegaraan, agama, kelompok ras dan daerah geografis. Sub-Budaya adalah sekelompok orang yang mempunyai sistem nilai sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi.

### c. Kelas Sosial

Adalah bagian-bagian yang relatif homogen dan tetap dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hirarki dan anggota-anggotanya memiliki tata nilai, minat dan perilaku serupa. Kelas sosial mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku mereka berdasarkan posisi ekonomi mereka di pasar.

## 2. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku seorang nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial, antara lain:

### a. Kelompok Acuan

Perilaku nasabah umumnya dipengaruhi oleh individu lainnya, individu yang mempengaruhi tersebut dapat dimasukkan sebagai kelompok primer yang terdiri atas kelompok terdekat dari individu tersebut. Misalnya: keluarga, teman dan tetangga, sedangkan kelompok kedua adalah kelompok sekunder yang mempunyai interaksi yang lebih format dan memiliki sedikit interaksi.

Kelompok sekunder meliputi kelompok keagamaan, serikat buruh, dan asosiasi profesional.

b. Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan ataupun adopsi dan tinggal bersama. Anggota keluarga sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap individu. Keluarga mempunyai peran penting dimana setiap anggota keluarga saling mempengaruhi.

c. Peran dan Status

Dalam kehidupan bermasyarakat, peran dan status selalu mengikuti perjalanan setiap individu. Peran dan status seorang individu dalam kelompok tertentu misalnya keluarga sangat mempengaruhi individu tersebut dalam perilaku pembelian.

3. Faktor Pribadi

Dalam perilaku pembelian, faktor pribadi juga mempengaruhi seorang individu. Faktor tersebut terdiri dari:

a. Usia

Dalam kehidupan, perjalanan usia tidak dapat dihindarkan. Dengan berjalannya usia maka terjadi pula perubahan pola konsumsi untuk masing-masing usia.

b. Pekerjaan

Pekerjaan juga dapat mempengaruhi seorang individu dalam perilaku konsumsinya, misalkan seorang pekerja kasar maka akan cenderung membeli

pakaian untuk pekerjaan kasar, sedangkan pekerja kantoran akan cenderung untuk membeli setelan kemeja atau jas.

c. Keadaan Ekonomi

Dalam perilaku pembelian, sedikit banyak juga dipengaruhi oleh situasi ekonomi, dengan berubahnya situasi ekonomi maka biasanya akan merubah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

d. Gaya Hidup

Individu dengan latar belakang gaya hidup yang berbeda memiliki kecenderungan berbeda pula dalam perilaku pembeliannya. Gaya hidup dapat dipengaruhi oleh keluarga, situasi pekerjaan, hobi, dan masih banyak lagi yang lainnya.

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen, asalkan jenis kepribadian tersebut dapat diklasifikasikan dengan akurat dan terdapat korelasi yang kuat antara jenis kepribadian tertentu dengan pilihan produk atau merek. Yang juga berkaitan dengan kepribadian adalah konsep diri seseorang. Konsep diri adalah cara pandang konsumen terhadap dirinya sendiri. Dengan mengetahui konsep diri seseorang pemasar akan mengetahui tujuan pembelian bagi konsumen.

#### 4. Faktor Psikologis

Faktor psikologis adalah salah satu faktor yang cukup dominan dalam menentukan proses keputusan pembelian, sebab pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh daur hidup keluarga dan kepribadiannya. Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu:

##### a. Motivasi

Seorang individu dalam kehidupan bermasyarakat juga memerlukan motivasi untuk menjalani hidupnya, motivasi sendiri juga dapat mempengaruhi seorang individu dalam melakukan perilaku pembelian.

##### b. Persepsi

Setiap hari individu mempunyai motivasi untuk melakukan pembelian, tetapi faktor lain yang mempengaruhi seorang individu tersebut adalah persepsi. Persepsi merupakan rangsangan yang terorganisir dan teranalisa. Sering kali seorang individu dihadapkan pada suatu pilihan, dalam pemilihan suatu barang misalnya, dengan adanya persepsi maka seorang individu dapat memilih sesuai dengan persepsi yang tertanam dalam dirinya.

##### c. Pengetahuan

Melakukan tindakan seorang individu tidak lepas dari pembelajaran, perubahan perilaku individu dalam pembelian juga dipengaruhi oleh pengalaman dan pembelajaran dari pembelian sebelumnya. Ahli teori ilmu

pengetahuan mengatakan bahwa pengetahuan seseorang dihasilkan melalui suatu proses yang paling mempengaruhi dari dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan.

d. Keyakinan dan sikap

Seorang pemasar biasanya memperhatikan keyakinan konsumennya akan produknya, sering kali seorang pemasar harus merubah iklannya untuk membentuk keyakinan individu dalam pemilihan suatu produk.<sup>27</sup>

## 2.4 Keandalan (*reliability*)

### 2.4.1 Pengertian Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurasi tinggi.<sup>28</sup> Kinerja yang tepat waktu dalam hal ini seperti menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

Kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijadikan secara akurat sejak pertama kali, contohnya sebuah perusahaan barangkali memilih konsultan semata-mata berdasarkan reputasi. Apabila konsultan tersebut mampu memberikan apa yang diinginkan klien, klien tersebut akan puas dan membayar *fee*

---

<sup>27</sup> Yeyen Fitriyani, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Kecamatan Ciputat*, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah: Jakarta, 2016), hal. 19-23.

<sup>28</sup> Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama Edisi Ke-1, 2014, hal. 3.

konsultasi. Namun apabila konsultan mewujudkan apa yang diharapkan klien, *fee* konsultasi tidak akan dibayar penuh.<sup>29</sup>

Menurut Tjiptono dan Chandra, *reliability* memiliki atribut, antara lain:<sup>30</sup>

1. Menyediakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan
2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan
3. Menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali
4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan
5. Menyampaikan dokumen atau catatan tanpa kesalahan

#### **2.4.2 Indikator Keandalan (*reliability*)**

1. Menyediakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan
2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan
3. Menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali
4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan
5. Menyampaikan dokumen atau catatan tanpa kesalahan.<sup>31</sup>

#### **2.4.3 Hubungan Antara Kepercayaan (*reability*) dengan Pengambilan Keputusan Nasabah**

Persepsi mengenai kecakapan (*competence*) dan kejujuran (*fairness*) perusahaan secara langsung mempunyai peranan dalam membina dan menanamkan rasa kepercayaan (*sense of trust*). Dua faktor ini merupakan landasan yang menumbuhkan rasa kepercayaan dari karyawan, mitra bisnis dan konsumen.

---

<sup>29</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi, 2012, hal. 174.

<sup>30</sup> Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction Edisi Ketiga*, Yogyakarta: Andi, 2011, hal. 232.

<sup>31</sup> Tjiptono, F. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2014), hal. 65.

Hubungan kepercayaan ini memberikan kontribusi pada keputusan konsumen untuk membangun hubungan dengan perusahaan. Semakin tinggi kepercayaan yang terjalin dalam suatu hubungan maka semakin tinggi komitmen yang terjalin. Tingkat komitmen yang terjalin berbeda-beda, tergantung pada tingkat kepercayaan yang dapat ditanamkan.<sup>32</sup>

Hal ini diperkuat oleh penelitian yang mengungkapkan bahwa: Penelitian yang dilakukan oleh Siti Maisharah Amanda, M. Shabri Abd. Majid berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Dosen Universitas Syiah Kuala). Terdapat perbandingan dalam penelitian yaitu variabel pengetahuan, pendapatan, lokasi, produk dan pelayanan berpengaruh signifikan maka bank syariah hendaknya sering mengadakan sosialisasi sehingga pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah meningkat. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini sama-sama melakukan penelitian di Bank Syariah.

## **2.5 Jaminan (*assurance*)**

### **2.5.1 Pengertian Jaminan (*assurance*)**

*Assurance* adalah jaminan atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jaminan atas pelayanan yang diberikan sangat ditentukan oleh *performance* atau kinerja pelayanan. Selain itu, jaminan dari suatu pelayanan juga ditentukan dari adanya komitmen organisasi yang kuat, seperti menganjurkan agar setiap pegawai memberikan pelayanan yang sungguh-sungguh.

---

<sup>32</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hal. 72.

Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan yang meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan. Komponen lain terdiri atas komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).<sup>33</sup>

Zeithmal dan Bitner mengungkapkan bahwa dimensi *assurance* atau jaminan merupakan gabungan dari dimensi:

1. Kompetensi

Kompetensi adalah keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki para karyawan untuk melakukan pelayanan.

2. Kesopanan

Kesopanan meliputi keramahan, sikap, dan perhatian para karyawan.

3. Kredibilitas

Kredibilitas meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, prestasi, dan sebagainya.

### **2.5.2 Indikator *assurance***

1. Kredibilitas (*credibility*)

2. Keamanan (*security*)

3. Kepercayaan.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Ibid., hal. 233

<sup>34</sup> Haryono. *Hygiene Lingkungan Kerja*,..., hal. 83.

### 2.5.3 Hubungan Antara *assurance* dengan Teori Pengambilan Keputusan

Pembuatan keputusan atau *decision making* merupakan proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan-kemungkinan diantara situasi-situasi yang tidak pasti. Pembuatan keputusan terjadi didalam situasi yang meminta seseorang harus:<sup>35</sup>

1. Membuat prediksi kedepan.
2. Memilih salah satu diantara duapilihan atau lebih atau membuat estimasi (perkiraan) mengenai frekuensi kejadian berdasarkan bukti-bukti yang terbatas.

Oleh sebab itu hubungan antara *assurance* dengan teori pengambilan keputusan adalah dimana pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman manusia itu sendiri dan pengetahuan akan bertambah sesuai dengan proses pengalaman yang dialaminya. Hal ini disebabkan berdasarkan pengalaman dan adanya informasi yang diberikan sehingga adanya suatu pengambilan keputusan. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang mengungkapkan bahwa: Penelitian yang dilakukan oleh Erwin Febriansyah yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Nasabah Pengguna Cash Deposit Machine (CDM) (Studi BNI Syariah Cabang Kota Bengkulu). Adapun perbandingan dalam penelitian ini yaitu akses jaringan yang terdapat dalam penggunaan cash deposit machine menurut nasabah BNI Syariah masih kurang baik, karena nasabah masih banyak yang mengeluh atas penggunaan cash deposit machine yang masih sering mengalami gangguan sistem jaringan yang disebabkan

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, hal. 84.

oleh mesin itu sendiri. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang penggunaan mesin setor tunai.

## **2.6 Bukti fisik (*tangibles*)**

### **2.6.1 Pengertian Bukti fisik (*tangibles*)**

Pengertian bukti fisik adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan. Bukti fisik (*tangibles*) ditunjukkan dari kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan kantor dan karyawan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan (termasuk fasilitas komunikasi), serta lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, fasilitas fisik, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.<sup>36</sup>

Bukti fisik biasanya berupa sarana dan pra sarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, *performance* pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat. Tidak dipungkiri bahwa dalam suatu organisasi modern dan maju, pertimbangan dari para pengembang pelayanan senantiasa mengutamakan bentuk kualitas kondisi fisik yang dapat memberikan apresiasi terhadap orang yang memberi pelayanan.

---

<sup>36</sup> Ratnasari, *Teori...*, hal. 107-109.

Bentuk fisik merupakan bentuk kualitas pelayanan nyata yang memberikan adanya apresiasi dan membentuk citra positif bagi setiap individu yang dilayaninya dan menjadi suatu penilaian dalam menentukan kemampuannya untuk dilihat secara fisik, baik dalam menggunakan alat dan perlengkapan pelayanan, kemampuan menginovasi dan mengadopsi teknologi, dan menunjukkan suatu *performance* tampilan yang cakap, berwibawa, dan memiliki integritas yang tinggi sebagai suatu wujud dari prestasi kerja yang ditunjukkan kepada orang yang mendapat pelayanan.

#### **2.6.2 Indikator Fisik (*tangibles*)**

1. Penampilan fisik
2. Sarana dan pra sarana fisik
3. Teknologi (Peralatan dan perlengkapan)
4. Fasilitas lainnya

#### **2.6.3 Hubungan Antara Fisik (*tangibles*) dengan Pengambilan Keputusan Nasabah**

Pelayanan yang baik merupakan satu kesatuan yang terintegrasi dan bisa dilihat dari ekspektasi pelanggan perusahaan. Perusahaan harus dapat mengembangkan produk yang bersifat memberikan kemudahan, menguntungkan, dan bisa diterima oleh pelanggan. Segala cara ditempuh untuk memenangkan persaingan dengan penciptaan produk andalan yang intinya memberikan pelayanan terbaik terhadap pelanggan dengan tujuan untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru. Peningkatan kualitas jasa yang ditawarkan semakin mendapatkan banyak perhatian bagi perusahaan.

Hal ini disebabkan karena kualitas jasa dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dengan adanya peningkatan kualitas jasa yang baik maka dapat menimbulkan keputusan pembelian yang pada akhirnya akan timbulah loyalitas pelanggan, dan berkemungkinan besar menarik pelanggan baru. Pelanggan yang telah loyal pada suatu jasa juga dapat diartikan bahwa kebutuhan pelanggan tersebut sudah terpenuhi sehingga akan melakukan keputusan pembelian lebih dari sekali.

Oleh sebab itu hubungan tangibles terhadap pengambilan teori pengambilan keputusan sangat erat kaitannya, mengingat pelanggan akan melihat dari peralatan yang tersedia, fasilitas yang diberikan dan penguasaan terhadap penguasaan produk yang dimiliki terhadap penyampaian kepada nasabah.

## **2.7 Motivasi**

### **2.7.1 Definisi Motivasi**

Motivasi merupakan salah satu hal yang mempengaruhi perilaku manusia, motivasi disebut juga sebagai pendorong, keinginan, pendukung atau kebutuhan-kebutuhan yang dapat membuat seseorang bersemangat dan termotivasi untuk mengurangi serta memenuhi dorongan diri sendiri, sehingga dapat bertindak dan berbuat menurut cara-cara tertentu yang akan membawa ke arah yang optimal. Motivasi berasal dari kata latin (*movemore*) yang berarti dorongan atau menggerakkan. Motivasi (*motivation*) dalam manajemen hanya ditujukan pada sumber daya manusia pada umumnya dan bawahan khususnya. Motivasi mempersoalkan bagai mana cara mengarahkan daya potensi bawahan, agar mau

bekerja sama produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan.<sup>37</sup>

Motivasi terbentuk dari sikap (*attitude*) karyawan dalam menghadapi situasi kerja diperusahaan (*situation*). Motivasi merupakan kondisi atau energi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan.<sup>38</sup>

### **2.7.2 Indikator Motivasi**

1. Kebutuhan
2. Perilaku
3. Tujuan.<sup>39</sup>

### **2.7.3 Hubungan Antara Motivasi dengan Pengambilan Keputusan**

Motivasi dalam manajemen pada umumnya hanya diperuntukan pada sumber daya manusia dan khususnya untuk para bawahan. Motivasi itu sendiri merupakan faktor yang paling menentukan bagi seorang pegawai dalam bekerja. Meskipun kemampuan dari karyawan maksimal disertai dengan fasilitas yang memadai, namun jika tidak ada motivasi untuk mendorong karyawan untuk bekerja sesuai tujuan maka pekerjaan tersebut tidak akan berjalan sesuai dengan tujuan.<sup>40</sup>

Motivasi adalah mempersoalkan bagaimana cara mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilan untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Oleh sebab itu hubungan

---

<sup>37</sup> Hasibuan, Malayu *Manajemen SDM. Edisi Revisi*, Cetakan Ke Tigabelas. (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hal. 65.

<sup>38</sup> A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), hal. 32.

<sup>39</sup> *Ibid.*, hal. 91.

<sup>40</sup> *Ibid.*, hal. 95.

motivasi terhadap teori pengambilan keputusan diantaranya dipengaruhi oleh sikap dan perilaku, dan presensi perilaku terhadap orang lain.

Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Idfizati Merystiaiyu Rahmahania berjudul Analisis Perilaku Preferensi Nasabah Dalam Melakukan Setoran Tunai (Studi Layanan *Teller* dan *Cash Deposit Machine* PT Bank Swasta XXX Malang). Perbandingan dalam penelitian ini yaitu setor tunai melalui *CDM* dapat menghindari antrian panjang, efisiensi waktu, kemudahan menggunakannya, prosesnya cepat, buka 24 jam, dan tidak adanya biaya administrasi tambahan. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang setoran tunai melalui *CDM*.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

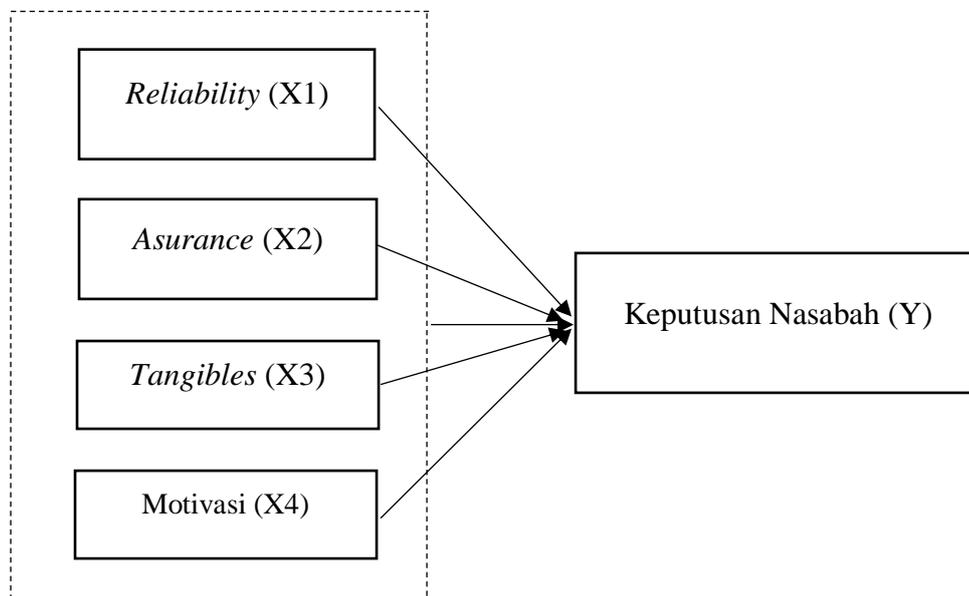
**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti/ Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Idfizati (2014). Analisis Perilaku Preferensi Nasabah Dalam Melakukan Setoran Tunai (Studi Layanan <i>Teller</i> Dan <i>Cash Deposit Machine</i> PT. Bank Swasta Xxx Malang).	Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis model regresi linier. Penelitian ini menggunakan data primer dan didukung data sekunder.	Menunjukkan bahwa mempengaruhi penggunaan layanan setor tunai hanya tiga variabel yaitu <i>reliability</i> , <i>assurance</i> dan <i>ampathy</i> . Sedangkan variabel <i>tangibles</i> dan <i>responsiveness</i> tidak memberikan pengaruh preferensi nasabah dalam melakukan setoran tunai.	Persamaan jenis penelitian yang digunakan yaitu regresi linier berganda	Perbedaan Pada variabel yang digunakan yaitu 5 variabel dependen ( <i>reliability</i> , <i>assurance</i> , <i>ampathy</i> , <i>tangibles</i> dan <i>responsiveness</i> )

2	Saniyyah Rana Nurjannah (2017) Pengaruh Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Kepercayaan, dan Brand terhadap Penggunaan ATM di BNI Syariah KC Yogyakarta	Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar kuesioner, uji tatistik yang digunakan yaitu uji regresi linear berganda	Variabel motivasi dan pembelajaran berpengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel persepsi, kepercayaan, dan brand tidak berpengaruh signifikan	Persamaan jenis penelitian yang digunakan yaitu regresi linier berganda	Perbedaan pada variable independen yang digunakan yaitu Pelayanan, <i>reliability</i> , <i>asurance</i> , <i>tangibles</i> , dan motivasi
3	Arinal Khasanah (2016) Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah	Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar kuesioner, uji statistik yang digunakan yaitu uji regresi Linear berganda	Variabel pendidikan Berpengaruh positif dan tidak signifikan, Variabel pendapatan Berpengaruh negatif dan signifikan, variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan, dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.	Persamaan jenis penelitian yang digunakan yaitu regresi linier berganda	erbedaan pada variable independen yang digunakan yaitu Pelayanan, <i>reliability</i> , <i>asurance</i> , <i>tangibles</i> , dan motivasi
4	Rita (2011) Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa pada Loyalitas Pelanggan	Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi Linear berganda	Semua variabel (reliabilitas, responsif, asuransi, empati, dan bukti fisik) berpengaruh positif dan signifikan Terhadap loyalitas pelanggan	Persamaan jenis penelitian yang digunakan yaitu regresi linier berganda	Perbedaan pada variable independen yang digunakan yaitu Pelayanan, <i>reliability</i> , <i>asurance</i> , <i>tangibles</i> , dan motivasi
5	Aulya (2016) Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat menggunakan ATM Setoran Tunai Bank	Tipe penelitian Yang digunakan adalah <i>explanatory research</i> . Jumlah sampel Yang ditetapkan	Menunjukkan bahwa variabel kualitas citra dan produk mesin ATM Setor Tunai yang diberikan Bank baik Menurut persepsi masyarakat, serta minat nasabah	Persamaan jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Persamaan jenis	Perbedaan pada variable independen yang digunakan yaitu kualitas produk dan citra merek. Variabel

	Mandiri Semarang.	Di adalah 100 sampel. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability samplin	menggunakan mesin ATM Setoran Tunai tergolong tinggi.	penelitian yang digunakan yaitu regresi linier berganda	dependen yang digunakan yaitu minat menggunakan ATM setoran tunai. Perbedaan tempat yaitu Bank Mandiri Semarang sedangkan penulis di Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa
--	-------------------	---	---	---	--

**2.9 Kerangka Teori**



Gambar 2.1  
Kerangka Teori Penelitian

Keterangan Gambar:

1. Variabel independent (bebas dalam penelitian ini adalah Pelayanan (X1) *reliability*, (X2) *assurance*, (X3), *tangibles*, dan (X4) motivasi
2. Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa (Y)

Penelitian ini meneliti tentang seberapa besar atau tidaknya pengaruh variable independent (*reliability*, *assurance*, *tangibles*, motivasi) terhadap variable dependen (Kepuasan Nasabah).

## 2.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan sementara terhadap suatu masalah penelitian yang harus dibuktikan kebenarannya karena masih bersifat lemah sehingga harus diuji secara empiris.<sup>41</sup> Sesuai dengan teori dan kerangka pemikiran, maka hipotesis di bawah ini pada dasarnya merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah yang harus dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran teoritis yang ada, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H<sub>01</sub> : *Reliability* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia.

H<sub>a1</sub> : *Reliability* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia.

---

<sup>41</sup> Bungin, Burhan. *Analisis Data penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 27

H<sub>02</sub> : *Asurance* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia.

Ha<sub>2</sub> : *Asurance* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia.

H<sub>03</sub> : *Tangibles* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia.

Ha<sub>3</sub> : *Tangibles* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia.

H<sub>04</sub> : Motivasi tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia.

Ha<sub>4</sub> : Motivasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia.

H<sub>05</sub> : *Reliability, Asurance, Tangibles, Motivasi* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia.

Ha<sub>5</sub> : *Reliability, Asurance, Tangibles, Motivasi* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mesin setor tunai di Bank Syariah Indonesia.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksperimen untuk menemukan persamaan dan perbedaan variabel yang diteliti.<sup>42</sup>

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa, sedangkan waktu penelitian yaitu pada bulan Juni – Desember tahun 2021.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah seluruh obyek penelitian.<sup>43</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia Langsa. Berdasarkan data yang telah diperoleh di lapangan yang dilakukan oleh peneliti bahwa jumlah populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Kota

---

<sup>42</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 14.

<sup>43</sup> *Ibid.*,

Langsa yang menggunakan jasa setoran tunai yang jumlahnya tidak diketahui.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>44</sup> Maka dalam penentuan sampel digunakan rumus *Cochran* sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dimana :

n : Jumlah sampel yang diperlukan

Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan

P : Peluang benar 50%

q : Peluang salah 50%

*Moe* : *Margin of Error* atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat di tolerir

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 97 responden.

---

<sup>44</sup> *Ibid*,..., hal. 118.

### 3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah sumber data *primer* dan sumber data *sekunder*. Sumber data *primer* yaitu data yang diperoleh dari responden yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia. Sedangkan sumber data *sekunder* yaitu data yang diperoleh melalui buku-buku ekonomi, skripsi, jurnal, tesis dan lain-lain yang peneliti jadikan sebagai referensi.

#### 3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subyek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>45</sup> Dalam penelitian ini mengambil data dengan membagikan angket pada objek penelitian.

#### 3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh data dari pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data ini biasanya berupa dokumentasi, atau laporan yang sebelumnya telah tersedia. Dalam penelitian ini mengambil data dari dokumentasi, laporan, artikel, serta informasi lain yang berhubungan dengan penelitian.<sup>46</sup>

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>45</sup> *Ibid*,..., hal. 125.

<sup>46</sup> *Ibid*,.

### 3.5.1 Observasi

Yaitu dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung sehingga dapat menganalisis berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan. Data yang diperoleh dari observasi ini yaitu penulis dapat mengetahui tata letak perusahaan, tata letak kantor dan struktur organisasi perusahaan.

### 3.5.2 Kuesioner atau Angket

Yaitu dengan cara melakukan pengumpulan data yang disajikan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan kepada respon dan terkait dengan pelayanan yang diterima. Angket ini digunakan untuk memperoleh data dari responden, sehingga responden dapat memberikan jawaban atas pertanyaan secara tertulis

### 3.5.3 Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dengan mencari data dari dokumen yang telah dimiliki pihak perusahaan, pengumpulan data ini digunakan untuk memperoleh data tentang gambaran perusahaan dan foto.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner. Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden.<sup>47</sup>Setelah mendapat data dari responden melalui kuesioner/angket kemudian diolah dengan menggunakan metode statistik atau bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Hendri Tanjung, Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta, Gramata Publishing), 2013, hal: 79

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hal. 426.

Kuesioner diberikan kepada nasabah yang menjadi responden dalam penelitian, untuk mengetahui tanggapan mereka mengenai pelayanan. Data yang diperoleh masih merupakan data kualitatif (berupa pernyataan dalam bentuk kuesioner), maka untuk mengolah data tersebut melalui perhitungan statistik harus dilakukan pentransformasian dalam bentuk data kuantitatif dengan menggunakan simbol berupa angka. Adapun nilai kuantitatif yang telah disusun dilakukan dengan *Skala Likert* dan untuk satu nilai pilihan dinilai (*score*) dengan jarak interval 1. *Score* dari pilihan tersebut antara lain 1,2,3,4, dan 5. Skala Likert terdiri dari Sangat Tidak Setuju (STS dengan skor 1), Tidak Setuju (TS dengan skor 2), Kurang Setuju (KS dengan skor 3), Setuju (S dengan skor 4), dan Sangat Setuju (SS dengan skor 5). Masing-masing nilai dari pilihan tersebut dapat dilihat berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran Kuesioner**

Keterangan (Pilihan)	Score
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak setuju	2
Kurang setuju	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Responden akan menjawab pernyataan-pernyataan yang peneliti ajukan melalui angket (kuesioner) mengenai *reliability* (X1), *asurance* (X2), *tangibles* (X3), motivasi (X4) keputusan nasabah (Y).

### 3.6 Defenisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, definisi operasionalisasi variabel penelitian yang digunakan adalah variabel independen *Reliability* (X1), *Asurance* (X2), *Tangibles* (X3), Motivasi (X4), terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Cabang Langsa

(Y). Maka instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada tabel berikut:

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Defenisi	Indikator	Butir Soal
Reliability (X1)	Kemampuan perusahaan Untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpecaya.. <sup>49</sup>	1. Menyediakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan	1
		2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan	2
		3. Menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali	3
		4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan	4
		5. Menyampaikan dokumen atau catatan tanpa kesalahan	5
Asurance (X2)	Jaminan atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. <sup>50</sup>	1. Kredibilitas ( <i>credibility</i> )	1
		2. Keamanan ( <i>security</i> )	2
		3. Kepercayaan	3
Tangibles (X3)	Fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen. <sup>51</sup>	1. Penampilan fisik	1
		2. Sarana dan pra sarana fisik	2,3
		3. Teknologi (Peralatan dan perlengkapan)	4
		4. Fasilitas lainnya	5
Motivasi (X4)	Kondisi psikologis atau keadaan dalam diri seseorang yang akan membangkitkan atau menggerakkan dan membuat seseorang untuk tetap tertarik dalam Melakukan kegiatan untuk	1. Kebutuhan	1,2
		2. Perilaku	3
		3. Tujuan	4,5

<sup>49</sup> Bloom, N. 2006. *Reliability centered maintenance; implementation made simple*. hal. 56

<sup>50</sup>Arens, Alvin. A, Randal J. Elder, Mark S. 2014. *Auditing and Assurance service*. Edisi kedua belas. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga. Prentice Hall International. New York

<sup>51</sup> *Ibid.*,

	mencapai suatu tujuan yang diharapkan. <sup>52</sup>		
Keputusan Nasabah (Y)	kesesuaian antara harapan atau keinginan pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya. <sup>53</sup>	1. Kesesuaian harapan 2. Minat untuk berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	1 2,3 4

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari kisaran teoritis, kisaran sesungguhnya, rata-rata hitung (*mean*), dan standar deviasi (*standard deviation*). Menurut Sekaran, statistik deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang baik tentang bagaimana responden bereaksi terhadap *item* dalam kuesioner.<sup>54</sup>

#### 3.7.2 Uji Instrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidak nya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak di ukur.

Untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel maka dilakukan uji

<sup>52</sup> Dessler, Gary, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Jakarta: Indeks, 2010), hal. 27.

<sup>53</sup> Dessler, Gary, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Jakarta: Indeks, 2010), hal. 27.

<sup>54</sup> Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku 2*, Jakarta: Salemba, 2006, hal.176

validitas. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok tertentu yaitu orientasi pasar, orientasi pembelajaran, inovasi produk dan kinerja pemasaran. Menurut Nugroho nilai  $r$ -tabel dapat diperoleh melalui  $df$  (*degree of freedom*) =  $n - k$ .  $k$  merupakan jumlah butir pertanyaan dalam suatu variabel. butir pertanyaan dikatakan valid apabila nilai  $r$ -hitung yang merupakan nilai dari *Corrected item-Total Correlation* >  $r$ -tabel. Apabila validitas setiap jawaban yang diperoleh ketika memberikan daftar pertanyaan lebih besar dari 0,30 maka butir pertanyaan dianggap sudah valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Selain mengetahui validitas alat ukur yang digunakan untuk penelitian ini, perlu diketahui juga konsistensi atau reabilitas alat ukur tersebut. Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji Reabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Apabila suatu alat ukur digunakan berulang dan hasilnya yang diperoleh relative konsisten maka alat ukur tersebut dianggap handal (Reliabel). Pengujian reabilitas terhadap semua item atau pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan formula *Cronbach Alpha*, dimana secara umum dianggap reliabel, apabila nilai *Alfa Cronbach* > 0,6. Pada penelitian ini, uji reabilitas diuji menggunakan program SPSS (*Statistical Packages for the Social Science*).<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Supriyanto dan Machfudz, *Metodelogi*, hal. 250

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha*  $> 60\%$  (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Sebaliknya *cronbach's alpha*  $< 60\%$  (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

### 3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi, maka diperlukan pengujian asumsi klasik yang meliputi pengujian:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:<sup>56</sup>

- a. Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
- b. Dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas di gunakan untuk menguji apakah pada model regresi di temukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen.<sup>57</sup> Uji

---

<sup>56</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), hal. 147.

<sup>57</sup> Azuar Juliandi, Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung, Citapustaka), 2013, hal. 170

multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinearitas terjadi jika nilai  $\text{tolerance} < 0.10$  atau sama dengan  $\text{VIF} > 10$ . Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).<sup>58</sup>

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.<sup>59</sup> Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsinya adalah:<sup>60</sup>

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

---

<sup>58</sup> *Ibid.*, hal. 95.

<sup>59</sup> Azuar Juliandi, Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung, Citapustaka), 2013, hal. 171

<sup>60</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hal. 125-126.

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menjelaskan bahwa persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linear antara kesalahan pengganggu periode  $t$  (berada) dengan kesalahan pengganggu periode  $t-1$  (sebelumnya). Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>61</sup>

- a.  $0 < dw < dl = H_0$  ditolak.
- b.  $dl \leq dw \leq du =$  daerah keraguan tanpa keputusan.
- c.  $du \leq dw \leq (4 - du) = H_0$  diterima
- d.  $(4 - du) \leq dw \leq (4 - dl) =$  daerah keraguan tanpa keputusan
- e.  $(4 - dl) \leq dw \leq 4 = H_0$  ditolak.

#### 5. Uji Lineritas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dalam hal ini pengujian linearitas dilakukan dengan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. Kriteria yang diterapkan untuk menentukan kelinearitasan garis regresi adalah nilai koefisien signifikansi. Jika koefisien signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  yang ditentukan, yaitu 5%, maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Danang Sunyoto, Metodologi Penelitian Ekonomi, (Bandung: Rafika, 2016), hal. 97.

<sup>62</sup> *Ibid.*, hal. 98.

### 3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Uji asumsi klasik regresi berganda bertujuan untuk menganalisis apakah model regresi yang di gunakan dalam penelitian adalah model yang terbaik. Jika model adalah model yang baik, maka data yang di analisis layak untuk dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengetahuan atau untuk tujuan pemecahan masalah praktis.<sup>63</sup>

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Nasabah
- $\alpha$  = Konstanta
- b = Koefisien korelasi ganda
- X<sub>1</sub> = *Realibility*
- X<sub>2</sub> = *Assurance*
- X<sub>3</sub> = *Tangibles*
- X<sub>4</sub> = *Motivasi*
- e = *Standard Error*

### 3.7.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian statistik sehingga relatif mendekati suatu kebenaran yang diharapkan. Dengan demikian, orang lebih mudah menerima suatu penjelasan pengujian, samapai sejauh mana hipotesis penelitian diterima atau ditolak.<sup>64</sup>

#### 1. Uji t

Uji signifikansi parsial atau individual adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas.<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup>Azuar Juliandi, Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung, Citapustaka), 2013, hal. 169

<sup>64</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 82.

<sup>65</sup>Suharyanto dan Purwanto SK, *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), hal. 508.

## 2. Uji F

Uji ini dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ , untuk dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel tidak bebas  $Y$ . Uji global juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol.<sup>66</sup>

## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Keputusan Nasabah).<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> *Ibid.*, hal. 523.

<sup>67</sup> Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis), hal. 174

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki

kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).

## **4.2 Analisis Deskriptif Statistik**

### **4.2.1 Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang ada di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa yang berjumlah 97 orang. Berdasarkan hasil penelitian kepada 97 orang melalui kuesioner yang disebar telah didapatkan gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

#### **1. Umur**

Karakteristik Nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa juga dapat dilihat dari umur. Dalam penelitian ini peneliti mengelompokkan usia responden dalam 4 (empat) kelompok, yaitu < 20 tahun, 20-30 tahun, 31-40 tahun dan > 40 tahun. Berdasarkan data yang diperoleh dari nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.1**  
**Umur**

<b>Umur</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
< 20 tahun	11	11,35 %
20 - 30 tahun	51	52,57 %
31 - 40 tahun	19	19,59 %
> 40 tahun	16	16,49 %
Jumlah	97	100 %

*Sumber: Data Primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa responden dengan kelompok umur terbanyak adalah kelompok usia 20 - 30 tahun sebanyak 51 orang (52,57 %). Kemudian kelompok umur 31-40 tahun sebanyak 19 orang (19,59 %). Selanjutnya kelompok umur > 40 tahun sebanyak 16 orang (16,49 %). Dan yang paling sedikit adalah kelompok umur < 20 tahun sebanyak 11 orang (11,35 %). Dari keterangan tersebut dapat diambil kesimpulan, bahwa mayoritas nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa berumur diantara 20 - 30 tahun.

## **2. Jenis Kelamin**

Data responden dalam penelitian ini adalah nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa berdasarkan jenis kelaminnya dapat dilihat melalui tabel 4.1 berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Jenis Kelamin Responden**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
Pria	32	32,99 %
Wanita	65	67,01 %
Jumlah	97	100 %

*Sumber: Data Primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui jenis kelamin nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang lebih banyak adalah wanita, yaitu 65 orang (67,01 %).

Sedangkan pria berjumlah 32 orang (32,99 %) adalah jenis kelamin pria. Maka dapat diambil kesimpulan, bahwa nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Langsa mayoritas wanita.

### 3. Pendidikan

Untuk menjelaskan karakteristik responden melalui latar belakang pendidikan, maka peneliti membagi 5 (lima) kelompok. Yakni SD, SMP, SMA, S.1, S.2 dan S.3 yang telah disebutkan. Hal ini bisa dilihat dalam tabel 4.3 berikut:

**Tabel 4.3**  
**Pendidikan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
SD	17	17,52 %
SMP	37	38,14 %
SMA	25	25,78 %
S.1	12	12,38 %
S.2 dan S.3	6	6,18 %
Jumlah	97	100 %

*Sumber: Data Primer, 2022*

Dari tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa kelompok pendidikan yang terbanyak adalah SMP 37 orang (38,14 %). Kemudian SMA 25 orang (25,78 %), SD dengan jumlah 17 orang (17,52 %). S.1 12 orang (12,38 %), S.2 dan S.3 6 orang (6,18 %) dan. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa memiliki latar belakang pendidikan tingkat SMP.

### 4. Pekerjaan

Untuk menjelaskan karakteristik responden melalui pekerjaan, maka peneliti membagi 5 (lima) kelompok. Yakni pelajar atau mahasiswa, Pegawai Negeri Sipil, karyawan, wiraswasta dan pekerjaan lainnya yang telah disebutkan. Hal ini bisa dilihat dalam tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4.4**  
**Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
Pelajar atau Mahasiswa	16	16,49 %
Pegawai Negeri Sipil	36	37,11 %
Karyawan	27	27,83 %
Wiraswasta	12	12,38 %
Pekerjaan Lain	6	6,19 %
Jumlah	97	100 %

*Sumber : Data Primer, 2022*

Dari tabel 4.4 di atas, dapat diketahui bahwa kelompok pekerjaan yang terbanyak adalah Pegawai Negeri Sipil 36 orang (37,11 %). Kemudian karyawan 27 orang (27,83 %), pelajar atau mahasiswa dengan jumlah 16 orang (16,49 %). wiraswasta 12 orang (12,38 %), pekerjaan lainnya 6 orang (6,19 %) dan. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa sebagian besar berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil.

## **5. Pendapatan**

Untuk menjelaskan karakteristik responden melalui pendapatan, maka peneliti membagi 3 (tiga) kelompok. Yakni pelajar atau mahasiswa, Pegawai Negeri Sipil, karyawan, wiraswasta dan pekerjaan lainnya yang telah disebutkan. Hal ini bisa dilihat dalam tabel 4.5 berikut:

**Tabel 4.5**  
**Pendapatan**

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
< 1 Juta	24	24,74 %
1-3 Juta	44	45,37 %
> 3 Juta	29	29,89 %
Jumlah	97	100 %

*Sumber : Data Primer, 2021*

Dari tabel 4.5 di atas, dapat diketahui bahwa kelompok pendapatan yang terbanyak adalah 1-3 juta 44 orang (45,37 %). Kemudian > 3 Juta 29 orang (29,89

%), < 1 Juta dengan jumlah 24 orang (24,74 %). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas nasabah PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa berpendapatan berkisar 1-3 Juta.

### 4.3 Hasil Analisis Data

#### 4.3.1 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrument termasuk salah satu bagian yang sangat penting, karena instrument yang benar akan menghasilkan data yang akurat dan data yang akurat akan memberikan hasil riset yang mampu dipertanggung jawabkan. Uji ini dilakukan untuk menguji apakah sebuah instrument itu baik atau tidak. Uji instrument dalam penelitian ini yang digunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

##### 1. Uji Validasi

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan korelasi product-momen pearson. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item pertanyaan dinyatakan valid dan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas satu persatu setiap variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

##### a. Variabel *Reliability*

Pengujian validitas variabel *reliability* terdiri dari 5 item pertanyaan, adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Reliability**

No item	<i>rProduct Moment</i>	r tabel	Keterangan
1	0,662	0,197	Valid
2	0,766	0,197	Valid
3	0,762	0,197	Valid
4	0,662	0,197	Valid
5	0,724	0,197	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel *reliability* diketahui bahwa semua item pertanyaan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,197) dengan nilai signfikansi ( $p$  value)  $<$  0,05 sehingga ke-5 item pertanyaan dalam variabel *reliability* dinyatakan valid.

b. Variabel *Asurance*

Pengujian validitas variabel *asurance* terdiri dari 3 item pertanyaan, adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas *Asurance***

No item	<i>rProduct Moment</i>	$r$ tabel	Keterangan
1	0,705	0,197	Valid
2	0,853	0,197	Valid
3	0,854	0,197	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel *asurance* diketahui bahwa semua item pertanyaan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,197) dengan nilai signfikansi ( $p$  value)  $<$  0,05 sehingga ke-3 item pertanyaan dalam variabel *asurance* dinyatakan valid.

c. Variabel *Tangibles*

Pengujian validitas variabel *tangibles* terdiri dari 5 item pertanyaan, adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas *Tangibles***

No item	<i>rProduct Moment</i>	$r$ tabel	Keterangan
1	0,672	0,197	Valid
2	0,752	0,197	Valid
3	0,784	0,197	Valid
4	0,738	0,197	Valid
5	0,774	0,197	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel *tangibles* diketahui bahwa semua item pertanyaan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,197) dengan nilai signfikansi ( $p$  value)  $<$  0,05 sehingga ke-5 item pertanyaan dalam variabel *tangibles* dinyatakan valid.

d. Variabel Motivasi

Pengujian validitas variabel motivasi terdiri dari 5 item pertanyaan, adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Motivasi**

No item	<i>rProduct Moment</i>	$r$ tabel	Keterangan
1	0,654	0,197	Valid
2	0,773	0,197	Valid
3	0,803	0,197	Valid
4	0,747	0,197	Valid
5	0,752	0,197	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel motivasi diketahui bahwa semua item pertanyaan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,197) dengan nilai signfikansi ( $p$  value)  $<$  0,05 sehingga ke-5 item pertanyaan dalam variabel motivasi dinyatakan valid.

e. Variabel Keputusan Nasabah

Pengujian validitas variabel keputusan nasabah terdiri dari 4 item pertanyaan, adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah**

No item	<i>rProduct Moment</i>	$r$ tabel	Keterangan
1	0,704	0,197	Valid
2	0,841	0,197	Valid
3	0,804	0,197	Valid
4	0,736	0,197	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel keputusan nasabah diketahui bahwa semua item pertanyaan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,197) dengan nilai signfikansi ( $p$

*value*) < 0,05 sehingga ke-4 item pertanyaan dalam variabel keputusan nasabah dinyatakan valid.

## 2. Uji Reabilitas

Pengujian reabilitas dengan menggunakan uji statistik *Cronboach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronboach Alpha* > 0,6. Hasil uji reliabilitas secara ringkas ditunjukkan pada tabel 4.4 sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Reliability</i>	0,755	Reliabel
<i>Asurance</i>	0,718	Reliabel
<i>Tangibles</i>	0,785	Reliabel
Motivasi	0,785	Reliabel
Keputusan Nasabah	0,766	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Dari hasil uji reliabilitas yang terlihat pada tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Cronbach Alpha* dari masing-masing variabel bernilai lebih dari 0,6.

### 4.3.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian yang umumnya disertakan dalam menilai kehandalan model atau digunakan sebagai uji persyaratan suatu analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolinearitas, uji autokorelasi, heteroskedastisitas, dan uji normalitas, tidak ada ketentuan untuk urutan dalam pengujian. Asumsi klasik penting dilakukan karena merupakan syarat yang harus dipenuhi pada model regresi agar model tersebut

menjadi valid sebagai alat penduga. Berikut penjelasan asumsi klasik dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas data dapat juga menggunakan uji statistik Kolmogrov Smirnov (K-S). Besarnya tingkat K-S dengan tingkat signifikan di atas 0,05 berarti dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Hasil uji normalitas data secara singkat hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut ini:

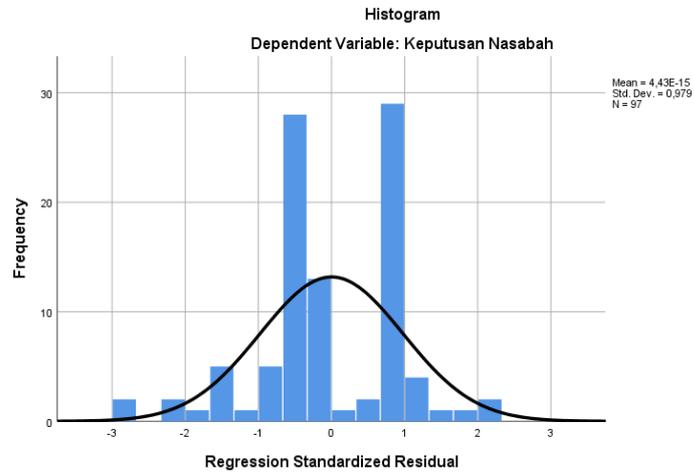
**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Normalitas**

Variabel	P value	Keterangan
Unstandardized Residual	0,054	Data terdistribusi normal

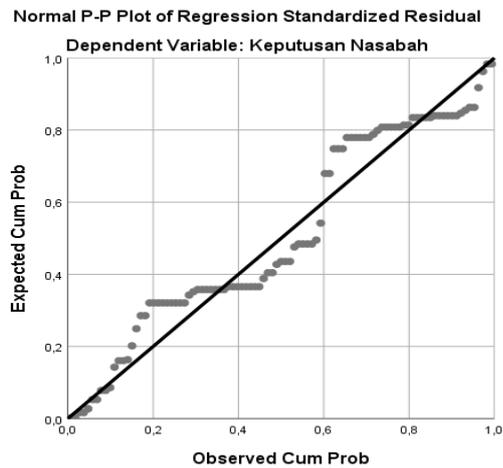
*Sumber: Data Primer diolah, 2022*

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa pengujian normalitas data residual memiliki nilai exact signifikan 0,054 berdasarkan uji statistik Kolmogrov-Smirnov dengan signifikansi (p) sebesar 0,054 oleh karena  $p > 0,05$  maka disimpulkan bahwa data dalam penelitian terdistribusi normal. Dengan demikian diketahui bahwa data penelitian memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dapat digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengujinya dapat digunakan *normal probability plot* yaitu apabila grafik menunjukkan penyebaran data yang berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada gambar grafik berikut:



**Gambar 4.1**  
**Uji Normalitas**



**Gambar 4.2**  
**Normal P-P Plot**

Berdasarkan gambar grafik *normal probability plot* dapat diketahui bahwa sebaran titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal berarti data tersebut berdistribusi normal sehingga model regresi ini dapat dipakai untuk memprediksi probabilitas berdasarkan masukan variabel dependennya.

## 2. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi, dapat dilihat dari *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan tidak adanya multikolinearitas adalah nilai

$tolerance > 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$ . Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat secara ringkas pada tabel 4.12 berikut ini:

**Tabel 4.12**  
**Uji Multikolinieritas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients <sup>a</sup>	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,173	,290		,595	,553		
	Reliability	-,033	,047	-,036	-,704	,483	,089	11,247
	Asurance	,602	,053	,492	11,266	,000	,120	8,343
	Tangibles	,238	,108	,276	2,196	,031	,015	68,937
	Motivasi	,232	,089	,273	2,626	,010	,021	47,315

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

*Sumber: Data Primer diolah, 2022*

**Tabel 4.13**  
**Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Reliability	0,089	11,247	Terjadi multikolinieritas
Asurance	0,120	8,343	Tidak terjadi multikolinieritas
Tangibles	0,015	68,937	Terjadi multikolinieritas
Motivasi	0,021	47,315	Terjadi multikolinieritas

Berdasarkan tabel koefisien hanya variabel assurance tidak terdeteksi masalah multikolinieritas, oleh sebab itu untuk menyelesaikan masalah multi multikolinieritas tersebut maka peneliti mencari dan mengeluarkan data-data penyebab terjadinya koloneritas yang tinggi. Setelah dikeluarkan data penyebab koloneritas dari data awal, selanjutnya diuji kembali multikolinieritas dan menghasilkan tabel koefisien seperti ini:

**Tabel 4.14**  
**Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Reliability	0,387	2,582	Tidak terjadi multikolinieritas
Asurance	0,266	3,765	Tidak terjadi multikolinieritas
Tangibles	0,101	9,920	Tidak terjadi multikolinieritas
Motivasi	0,163	6,167	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel koefisien di atas VIF < 10 yang artinya variabel bebas sudah terbebas dari masalah multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas dari tingkat signifikansi dapat digunakan *Uji Glejser* atau absolute residual dari data. Jika tingkat signifikansi berada di atas 5% berarti tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,568	,167		3,407	,001
	Reability	-,036	,027	-,451	-1,335	,185
	Assurance	,063	,031	,596	2,048	,043
	Tangible	,017	,062	,233	,279	,781
	Motivasi	-,033	,051	-,443	-,640	,524

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas variabel reliability, tangible dan motivasi memiliki nilai signifikan yang lebih besar dari 5 % oleh sebab itu tidak mengalami gejala heterokedastisitas, namun variabel assurance memiliki nilai signifikan dibawah 5

% yang menunjukkan bahwa adanya gejala heterokedastisitas. Oleh sebab itu, untuk menyelesaikan masalah heterokedastisitas dilakukan dengan uji white.

Uji white adalah uji yang dilakukan dengan cara meregres residual kuadrat ( $U^2t$ ) dengan variabel indeviden, variabel idependen kuadrat dan perkalian variabel independen.<sup>68</sup> Uji white dilakukan dengan memperoleh nilai R Square dari model summary yang kemudian dikalikan dengan jumlah sampel, untuk memperoleh nilai  $x^2$  hitung. Selanjutnya nilai  $x^2$  hitung dibandingkan dengan nilai  $x^2$  tabel. Jika nilai  $x^2$  hitung < dari nilai  $x^2$  tabel maka tidak terdapat gejala heterokedastisitas begitu pula sebaliknya.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,156 <sup>a</sup>	,024	-,018	,22188

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Reability, Assurance, Tangible

b. Dependent Variable: Res2

Sumber: *Data Primer diolah, 2022*

Berdasarkan model tabel Summary nilai R Square adalah 0,024

$$\begin{aligned} x^2 \text{ hitung} &= n \times R^2 \\ &= 97 \times 0,024 \\ &= 2,328 \end{aligned}$$

$x^2$  tabel dengan  $Df = k - 1 = 4 - 1 = 3$  maka berdasarkan tabel chi square adalah 7,8147. Dengan demikian  $x^2$  hitung <  $x^2$  tabel ( $2,328 < 7,8147$ ). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel terbebas dari gejala heterokedastisitas.

<sup>68</sup> Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. (Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang, 2018), hal. 135.

#### 4. Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi adanya uji autokorelasi menggunakan data durbin-watson.

**Tabel 4.17**  
**Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,971 <sup>a</sup>	,943	,939	,39248	2,005

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Reliability, Asurance, Tangibles

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Dari tabel di atas dapat diketahui Nilai Durbin Watson sebesar  $DW = 2,005$ . Pada tabel Durbin Watson dengan  $k = 4$  dan  $n = 97$ , maka: Nilai  $DU = 1,7560$ , sedangkan  $4-DU = 2,244$ . Nilai  $DL = 1,5847$ , sedangkan  $4-DL = 2,4153$ . Gejala autokorelasi tidak terdeteksi apabila  $DU < DW < 4-DU$  ( $1,7560 < 2,005 < 2,244$ ).

#### 4.3.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti apabila peneliti bermaksud mencari pengaruh bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Hasil analisis regresi berganda ditunjukkan pada tabel 4.18 sebagai berikut:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,490	,931		,526	,602
	R	-,041	,066	-,042	-,623	,537
	A	,741	,093	,651	7,959	,000
	T	,177	,139	,169	1,271	,212
	M	,207	,098	,221	2,111	,042

a. Dependent Variable: KN

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Dari hasil analisis regresi berganda di atas, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,490 - 0,041 X_1 + 0,741 X_2 + 0,177 X_3 + 0,207 X_4$$

Dimana:

Y = variabel terikat (Keputusan Nasabah)

X<sub>1</sub> = variabel bebas (Reliability)

X<sub>2</sub> = variabel bebas (Assurance)

X<sub>3</sub> = variabel bebas (Tangibles)

X<sub>4</sub> = variabel bebas (Motivasi)

Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan dan diambil keputusan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah 0,490 menyatakan bahwa tanpa adanya variabel Reliability, Assurance, Tangibles dan motivasi maka keputusan nasabah pada Bank Syariah Indonesia, sebesar 0,490.

2. Nilai koefisien regresi variabel reliability ( $X_1$ ) bernilai jelas, yakni - 0,041; artinya jika variabel reliability meningkat satu satuan maka keputusan nasabah akan mengalami penurunan sebesar - 0,041 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel assurance ( $X_2$ ) bernilai positif, yakni 0,741; artinya jika variabel assurance meningkat satu satuan maka keputusan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,741 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.
4. Nilai koefisien regresi variabel tangibles ( $X_3$ ) bernilai positif, yakni 0,177; artinya jika variabel tangibles meningkat satu satuan maka keputusan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,177 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.
5. Nilai koefisien regresi variabel Motivasi ( $X_4$ ) bernilai positif, yakni 0,207; artinya jika variabel motivasi meningkat satu satuan maka keputusan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,207 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

#### **4.3.4 Pengujian Hipotesis**

##### **1. Uji Parsial (*t test*)**

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis ini dapat dilakukan melalui uji t.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Parsial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,490	,931		,526	,602
	R	-,041	,066	-,042	-,623	,537
	A	,741	,093	,651	7,959	,000
	T	,177	,139	,169	1,271	,212
	M	,207	,098	,221	2,111	,042

a. Dependent Variable: KN

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Uji t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan kriteria pengujian  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $p \text{ value} < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak. Hasil analisis uji t untuk variabel reliability diperoleh nilai t hitung sebesar  $-0,623 < t \text{ tabel}$  ( $0,197$ ) dengan nilai probabilitas sebesar  $0,537$  berarti lebih kecil dari  $0,05$  maka  $H_0$  diterima, yang artinya reability berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Hasil analisis uji t untuk variabel assurance diperoleh nilai t hitung sebesar  $7,959 < t \text{ tabel}$  ( $0,197$ ) dengan nilai probabilitas sebesar  $0,000$  berarti lebih kecil dari  $0,05$  maka  $H_1$  diterima, yang artinya assurance berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah bank syariah Indonesia.

Hasil analisis uji t untuk variabel tangibles diperoleh nilai t hitung sebesar  $1,271 > t \text{ tabel}$  ( $0,197$ ) dengan nilai probabilitas sebesar  $0,212$  berarti lebih kecil dari  $0,05$  maka  $H_1$  diterima, yang artinya tidak tangibles berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah bank syariah Indonesia. Hasil analisis uji t untuk

variabel motivasi diperoleh nilai t hitung sebesar  $2,111 > t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,042 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima, yang artinya motivasi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah bank syariah Indonesia.

## 2. Uji Signifikan Simultan

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Signifikan Simultan**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82,509	4	20,627	132,070	,000 <sup>b</sup>
	Residual	5,466	35	,156		
	Total	87,975	39			

a. Dependent Variable: KN

b. Predictors: (Constant), M, R, A, T

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Uji F diperlukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dan untuk mengetahui ketetapan model regresi yang digunakan. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 132,070  $>$  F tabel (0,197) dengan nilai signifikannya sebesar 0,000 pada tingkat signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipilih tepat.

### 4.3.5 Uji Ketepatan Model

Uji ketepatan model atau uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi. Ketepatan model ini dapat dilakukan melalui pengukuran nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) dan uji statistik F.

## 1. Uji Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,968 <sup>a</sup>	,938	,931	,395

a. Predictors: (Constant), M, R, A, T

b. Dependent Variable: KN

Sumber : *Data Primer diolah, 2022*

Uji  $R^2$  digunakan untuk mengetahui seberapa jauh proporsi variasi variabel-variabel independen dapat menerangkan dengan baik variabel dependennya. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,931 yang berarti variabilitas variabel independen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 93,1 %. Hal ini berarti variabel-variabel independen meliputi reability, assurance, tangibles dan motivasi mempengaruhi keputusan nasabah sebesar 93,1 % sedangkan sisanya sebesar 6,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada di kuesioner yang telah disebar dinyatakan valid, karena *r hitung* > *r tabel*, dengan hasil *r tabel* sebesar 0,197. Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua koefisien reliabel > 0,6, hal ini menyatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner

reliabel. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah  $Y = 0,490 - 0,041 X_1 + 0,741 X_2 + 0,177 X_3 + 0,207 X_4$ .

2. Dari persamaan regresi tersebut diketahui bahwa parameter koefisien regresi untuk variabel *reability*, *assurance*, *tangibles*, motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Artinya setiap terjadi peningkatan variabel *reability*, *assurance*, *tangibles*, motivasi akan mengalami kenaikan dan apabila setiap terjadi kenaikan variabel *reability*, *assurance*, *tangibles*, motivasi akan mengalami penurunan.
3. Uji F diperlukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dan untuk mengetahui ketetapan model regresi yang digunakan. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar  $132,070 > F$  tabel (0,197) dengan nilai signifikannya sebesar 0,000 pada tingkat signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipilih tepat atau seluruh variabel bebas (*reability*, *assurance*, *tangibles*, motivasi) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (keputusan nasabah).
4. Uji t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan kriteria pengujian  $t$  hitung  $> t$  tabel atau  $p$  value  $< \alpha$  maka  $H_0$  ditolak. Hasil analisis Hasil analisis uji t untuk variabel *tangibles* diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $1,271 > t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,212 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima, yang artinya *reability* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini

menunjukkan seluruh faktor-faktor yang penunjang variabel keandalan (*reliability*) seperti: daya tampung kas, kecepatan dalam menghitung, jam kerja pelayanan 24 jam, tidak mampu mempengaruhi keputusan nasabah hal ini sejalan dengan penelitian Idfizati tentang Analisis Perilaku Preferensi Nasabah Dalam Melakukan Setoran Tunai (Studi Layanan Teller Dan *Cash Deposit Machine* PT. Bank Swasta Xxx Malang). Yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa mempengaruhi penggunaan layanan setor tunai hanya tiga variabel yaitu *reliability*, *assurance* dan *ampathy*. Sedangkan variabel *tangibles* dan *responsiveness* tidak memberikan pengaruh preferensi nasabah dalam melakukan setoran tunai.

5. Faktor-faktor yang penunjang variabel jaminan (*assurance*) seperti: kegagalan transaksi, tidak takut melakukan transaksi, privasi jumlah uang yang disetorkan hal ini sejalan dengan penelitian Idfizati tentang Analisis Perilaku Preferensi Nasabah Dalam Melakukan Setoran Tunai (Studi Layanan Teller Dan *Cash Deposit Machine* PT. Bank Swasta Xxx Malang). Yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa mempengaruhi penggunaan layanan setor tunai hanya tiga variabel yaitu *reliability*, *assurance* dan *ampathy*. Sedangkan variabel *tangibles* dan *responsiveness* tidak memberikan pengaruh preferensi nasabah dalam melakukan setoran tunai.
6. Faktor-faktor yang penunjang variabel bukti nyata (*tangibles*) seperti: tersedianya ruang tunggu, teknologi yang canggih, lokasi yang strategis hal ini sejalan dengan penelitian Idfizati tentang Analisis Perilaku Preferensi Nasabah Dalam Melakukan Setoran Tunai (Studi Layanan Teller Dan *Cash Deposit*

*Machine* PT. Bank Swasta Xxx Malang). Yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa mempengaruhi penggunaan layanan setor tunai hanya tiga variabel yaitu *reliability*, *assurance* dan *ampathy*. Sedangkan variabel *tangibles* dan *responsiveness* tidak memberikan pengaruh preferensi nasabah dalam melakukan setoran tunai.

7. Faktor-faktor yang penunjang variabel motivasi seperti: jasa layanan stor tunai yang aman dan nyaman hal ini sejalan dengan penelitian Saniyyah Rana Nurjannah tentang dengan judul Pengaruh Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Kepercayaan, dan Brand terhadap Penggunaan ATM di BNI Syariah KC Yogyakarta Variabel motivasi dan pembelajaran berpengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel persepsi, kepercayaan, dan brand tidak berpengaruh signifikan.
8. Hasil analisis uji t untuk variabel assurance diperoleh nilai t hitung sebesar  $11,266 > t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima, yang artinya assurance berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah bank syariah Indonesia hal ini sejalan dengan Rita dengan judul Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa pada Loyalitas Pelanggan Semua variabel (*reliabilitas*, *responsif*, *asuransi*, *empati*, dan *bukti fisik*) berpengaruh positif dan signifikan Terhadap loyalitas pelanggan.
9. Uji  $R^2$  digunakan untuk mengetahui seberapa jauh proporsi variasi variabel-variabel independen dapat menerangkan dengan baik variabel dependennya. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,931

yang berarti variabilitas variabel independen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 93,1 %. Hal ini berarti variabel-variabel independen meliputi reability, assurance, tangibles dan motivasi mempengaruhi keputusan nasabah sebesar 93,1 % sedangkan sisanya sebesar 6,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

10. Hasil analisis uji t untuk variabel tangibles diperoleh nilai t hitung sebesar  $1,271 > t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,212 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima, yang artinya tidak tangibles berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah bank syariah Indonesia. Hasil analisis uji t untuk variabel motivasi diperoleh nilai t hitung sebesar  $2,111 > t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,042 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima, yang artinya motivasi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah bank syariah Indonesia.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai Uji t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan kriteria pengujian  $t$  hitung  $> t$  tabel atau  $p$  value  $< \alpha$  maka  $H_0$  ditolak.

1. Hasil analisis uji t untuk variabel reliability diperoleh nilai t hitung sebesar -0,623  $< t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,537 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  diterima, yang artinya reability berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Hasil analisis uji t untuk variabel assurance diperoleh nilai t hitung sebesar 7,959  $< t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima, yang artinya assurance berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah bank syariah Indonesia.
3. Hasil analisis uji t untuk variabel tangibles diperoleh nilai t hitung sebesar 1,271  $> t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,212 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima, yang artinya tidak tangibles berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah bank syariah Indonesia.
4. Hasil analisis uji t untuk variabel motivasi diperoleh nilai t hitung sebesar 2,111  $> t$  tabel (0,197) dengan nilai probabilitas sebesar 0,042 berarti lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima, yang artinya motivasi berpengaruh signifikan positif

terhadap keputusan nasabah bank syariah Indonesia. Uji F diperlukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dan untuk mengetahui ketetapan model regresi yang digunakan. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar  $132,070 > F$  tabel (0,197) dengan nilai signifikannya sebesar 0,000 pada tingkat signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipilih tepat atau seluruh variabel bebas (*reliability, assurance, tangibles, motivasi*) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (keputusan nasabah).

5. Uji F diperlukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dan untuk mengetahui ketetapan model regresi yang digunakan. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar  $132,070 > F$  tabel (0,197) dengan nilai signifikannya sebesar 0,000 pada tingkat signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipilih tepat atau seluruh variabel bebas (*reliability, assurance, tangibles, motivasi*) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (keputusan nasabah).

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan nasabah dalam mengambil keputusan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arbi Syarif. 2012. *Mengenal Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank*, Jakarta: Djambatan.
- Arens, Alvin. A, Randal J. Elder, Mark S. 2014. *Auditing and Assurance service*. Edisi kedua belas. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga. Prentice Hall International. New York.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*.
- Asmawati. Analisis Pelayanan Nasabah Pada PT Bank Mandiri TBK. Kantor Cabang Tanjung Redeb (Studi Kasus Pada Layanan Setoran Tunai). *JEMMA Jurnal Of Economic*. Volume, 2. Nomor, 1. Maret 2019
- Azuar Juliandi, Irfan. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, Bandung, Citapustaka.
- Bison Simamora. 2010. *Panduan Perilaku Konsumen*, Jakarta, Gramedia Pustaka.
- Bloom, N. 2006. *Reliability Centered Maintenance; Implementation Made Simple*.
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Danang Sunyoto. 2016. *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Bandung: Rafika.
- Dessler, Gary. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Indeks.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi.
- Farida Jasfar. 2010. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan. 2013. *Malayu Manajemen SDM. Edisi Revisi*, Cetakan Ke Tigabelas. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasil observasi peneliti kepada Surani, Nasabah BRI Syariah Cabang Langsa, tanggal 22 Mei 2021

- Hasil Wawancara dengan nasabah bank syariah pada 25 November 2021 pukul 09.30 WIB.
- Hasil wawancara kepada *Teller* Bank BSI Syariah Cabang Langsa, tanggal 20 Mei 2021
- Hendri Tanjung, Abrista Devi. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta, Gramata Publishing.
- Idfizati Merystiyu Rahmadhnia. Analisis Perilaku Referensi Nasabah Dalam Melakukan Setoran Tunai (Studi Layanan *Teller* dan *Cash Deposit Machine* PT Bank Swasta XXX Malang). *Jurnal Ilmiah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. 2014
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivaraite dengan Program BM SPSS 19, Edisi 5 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011),
- Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit UNDIP.
- Ismail. 2015. *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen* (Jakarta: Grasindo, 2014)
- Kasmir. 2010. *Dasar-Dasar Perbankan*. Edisi Pertama, Jakarta: Rajawali Pers.
- Malayu Hasibuan. 2012. *Perbankan Islam*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Marwan, Asri. 2010. *Marketing*. Cetakan Kedua, Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada.
- Muhammad Feizal. Analisa dan Pengembang Aplikasi Sentralisasi Kas Cash Deposit Machine. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*. Vo, 1. No, 1. Oktober 2018
- Muhammad. 2012. *Kebijakan Moneter dan Fiskal Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Salemba Empat.
- Niti Susastro. 2013. *Perilaku Konsumen dalam Ilmu Ekonomi dan Sistem Informasi Keprilakuan*, Bandung: Alfabeta.
- Nugroho J. Setiadi. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.

- Nurastuti dan Wiji. 2013. *Teknologi Perbankan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Philip Kotler dan Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran Jilid I edisi Kedua Belas*, Jakarta: Lades.
- Poerwandari, E. Kristi. 2011. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta. LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Riduwan dan Sunarto, 2010. *Pengantar Statistika (Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis)*. Bandung. Alfabeta.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Suharyanto dan Purwanto SK. 2016. *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sukamto. 2010. *Pembelajaran Perbankan Syariah*, Jakarta: Nuha Media.
- Suliyanto. 2011. *“Ekonomi Matrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS* Yogyakarta: Andi Offset.
- Syafi'i Antonio. 2011. *Bank Syari'ah Dari Teori Kepraktik*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Tjiptono, F. 2010. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Uma Sekaran. 2016. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku 2*, Jakarta: Salemba.
- Yeyen Fitriyani. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Kecamatan Ciputat*, (Skripsi Sarjana; Fakultas ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah: Jakarta.

**DETERMINAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN  
MESIN SETOR TUNAI PADA BANK SYARIAH INDONESIA  
CABANG KOTA LANGSA**

Karakteristik Responden :.....  
 Umur : ..... Tahun  
 Jenis Kelamin : .....  
 Pendidikan : .....  
 Pekerjaan : .....  
 Pendapatan :  < 1 Juta  1 – 3 Juta  > 3 Juta

Petunjuk pengisian

Pilihlah salah satu jawaban dari setiap butir pernyataan yang paling sesuai dengan pendapat anda dengan memberi tanda cek (√) pada kolom yang tersedia sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Ketentuan penomoran sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Kurang Setuju (KS),  
 4 = Setuju (S) 5 = Sangat Setuju (ST).

***Reliability (Keandalan)***

No	Pertanyaan	Tanggapan				
		STS	TS	KS	S	ST
1	Daya tampung kas setoran layanan yang saya pilih tersebut memadai					
2	Jasa layanan yang saya pilih tersebut dapat diandalkan untuk transaksi setor tunai					
3	Jasa layanan yang saya pilih tersebut memiliki kemampuan dalam menghitung jumlah setoran secara cepat dan teliti					
4	Jam kerja pelayanan yang saya pilih tersebut tersedia selama 24 jam					
5	Jasa layanan yang saya pilih tersebut memberikan bukti setoran tanpa kesalahan					

***Assurance (Jaminan)***

No	Pertanyaan	Tanggapan				
		STS	TS	KS	S	ST
1	Jika terjadi kegagalan transaksi oleh sistem di jasa layanan yang saya pilih tersebut maka dapat dipertanggung jawabkan dengan baik oleh bank					
2	Saya merasa tidak khawatir saat melakukan transaksi di jasa layanan yang saya pilih tersebut					
3	Privasi saya terjaga terkait jumlah uang yang disetorkan di jasa layanan yang saya pilih tersebut					

### **Tangible (Bukti Nyata)**

No	Pertanyaan	Tanggapan				
		STS	TS	KS	S	ST
1	Penampilan ruangan layanan yang saya pilih tersebut sangat bersih					
2	Tersedianya AC pada ruangan layanan yang saya pilih tersebut membuat ruangan menjadi nyaman					
3	Tersedianya ruang tunggu yang nyaman pada jasa layanan yang saya pilih tersebut					
4	Teknologi yang digunakan pada jasa layanan yang saya pilih tersebut sangat canggih					
5	Lokasi jasa layanan yang saya pilih tersebut strategis					

### **Motivasi**

No	Pertanyaan	Tanggapan				
		STS	TS	KS	S	ST
1	Saya membutuhkan jasa layanan setor tunai untuk memenuhi kebutuhan saya					
2	Saya memilih menggunakan jasa layanan setor tunai yang aman dan nyaman					
3	Saya memilih menggunakan jasa layanan setor tunai yang cepat dan mudah					
4	Saya menggunakan jasa layanan setor tunai untuk transfer ke rekening lain					
5	Saya menggunakan jasa layanan setor tunai untuk menabung					

### **Keputusan Nasabah**

No	Pertanyaan	Tanggapan				
		STS	TS	KS	S	ST
1	Saya merasa puas dengan ketersediaan mesin setoran tunai yang telah disediakan oleh pihak Bank					
2	Saya menilai jasa CRM yang telah disediakan sangat nyaman, aman, dan mudah untuk bertransaksi.					
3	Saya bersedia menggunakan CRM kembali di lain waktu untuk menyetor uang.					
4	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan mesin setor tunai CRM					

