

**PENGARUH LOKASI, PRODUK, FASILITAS, DAN LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN UMAT KRISTIANI KOTA LANGSA
UNTUK MENABUNG PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

MALA SAFITRI
NIM 4012019019



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
TAHUN AJARAN 2023/2024**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH LOKASI, PRODUK, FASILITAS, DAN LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN UMAT KRISTIANI KOTA LANGSA
DALAM MENABUNG PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

Oleh :

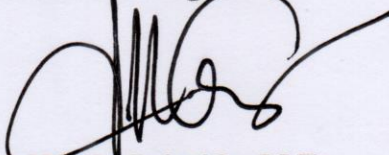
MALA SAFITRI
NIM 4012019019

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

Langsa,

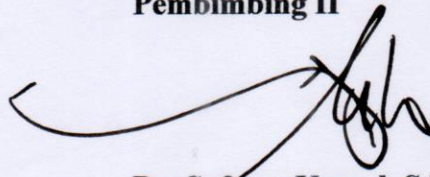
2024

Pembimbing I



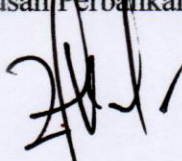
Nanda Safarida, M.E
NIP. 19831112 201903 2 005

Pembimbing II



Dr. Safwan Kamal, S.E.I., M.E.I
NIP. 19900518 202012 1 001

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Zefri Maulana, S.E., M.Si
NIP. 19910224 202321 2 042

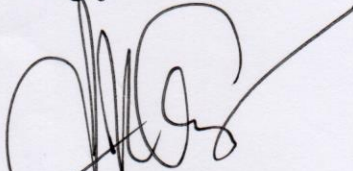
LEMBARAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH LOKASI, PRODUK, FASILITAS, DAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN UMAT KRISTIANI KOTA LANGSA DALAM MENABUNG PADA BANK SYARIAH INDONESIA**” Atas Nama Mala Safitri, Nim 4012019019 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 7 Februari 2024 Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 7 Februari 2024

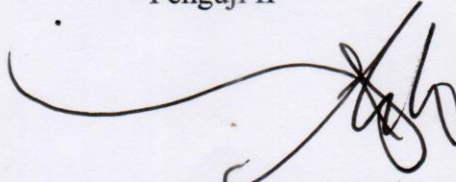
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Langsa

Penguji I



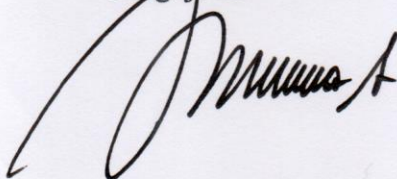
Nanda Safarida, M.E
NIP. 19831112 201903 2 005

Penguji II



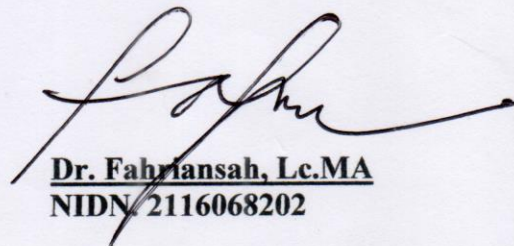
Dr. Safwan Kamal, S.E.I., M.E.I
NIP. 19900518 202012 1 001

Penguji III



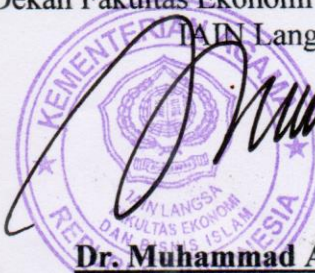
Dr. Muhammad Amin, MA
NIP. 19820205 200710 1 001

Penguji IV



Dr. Fahriansah, Lc.MA
NIDN/2116068202

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Dr. Muhammad Amin, MA
NIP. 19820205 200710 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Mala Safitri

Nim : 4012019019

Tempat / Tgl. Lahir : Suka Jadi, 17 Februari 2001

Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Langsa

Alamat : Dusun Shinto, Kp. Suka Jadi, Ke. Rantau, Kab. Aceh
Tamiang, Provinsi Aceh

Menyatakan Dengan Sebenarnya Bahwa Skripsi Yang Berjudul “Pengaruh Lokasi, Produk, Fasilitas, Dan Layanan Terhadap Keputusan Umat Kristiani Kota Langsa Dalam Menabung Pada Bank Syariah Indonesia ” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 25 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Mala Safitri

MOTTO

“ Man Jadda Wajada ”

- Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka akan mendapatkannya. –

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah Melainkan orang-orang yang kufur”

- Q.S. Yusuf : 87 -

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala kemudahan, limpahan rahmat dan karunianya yang engkau berikan selama ini.

Kupersembahkan Karya Kecil ini sebagai tanda bukti dan cinta tulus kepada :

Ayahanda dan Ibunda Tercinta, Terkasih dan Tersayang

Bapak dan Ibu Pembimbing

Bapak dan Ibu Pembimbing Terimakasih Telah Membantu Penulis Dalam Menyelesaikan Skripsi ini Tanpa Lelah dan Bosan.

Teman-Temanku

Khususnya Jurusan Perbankan Syariah Seperjuangan dan Se-angkatan 2019 Khususnya PBS.

Almamater Tercinta IAIN Langsa

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung umat Kristiani di Kota Langsa pada Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan pengetahuan dan pengalaman penelitian, serta untuk menguji kemampuan analisis peneliti berdasarkan teori-teori terkait perbankan syariah dan perilaku menabung nasabah. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, khususnya metode survei, untuk mengumpulkan data melalui kuesioner atau wawancara. Tujuan utamanya adalah menarik kesimpulan dan memberikan rekomendasi berdasarkan temuan untuk meningkatkan pemahaman tentang keputusan menabung dalam konteks perbankan syariah. Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis H_04 diterima, hal ini berarti bahwa, lokasi, produk, fasilitas dan layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan umat kristiani menabung pada Bank Syariah Indonesia Kota Langsa. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ pada level 5% ($11,011 > 2,71$) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Lokasi, Produk, Fasilitas, Layanan, Keputusan Menabung

ABSTRACT

The aim of the research is to determine the factors that influence the savings decisions of Christians in Langsa City at Bank Syariah Indonesia. This research aims to contribute to the development of research knowledge and experience, as well as to test researchers' analytical skills based on theories related to Islamic banking and customer savings behavior. Research was carried out using a quantitative approach, especially survey methods, to collect data through questionnaires or interviews. The main objective is to draw conclusions and provide recommendations based on the findings to improve understanding of savings decisions in the context of Islamic banking. Based on the research, it can be concluded that the results of the regression calculations show that hypothesis Ho4 is accepted, this means that location, products, facilities and services simultaneously influence the decision of Christians to save at Bank Syariah Indonesia, Langsa City. This is indicated by the value of $f_{count} > f_{table}$ at the 5% level ($11.011 > 2.71$) and a significant value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Location, Products, Facilities, Services, Saving Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat, kesuksesan, hidayah, dan kebaikannya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh Lokasi, Produk, Fasilitas, Dan Layanan Terhadap Keputusan Umat Kristiani Kota Langsa Dalam Menabung Pada Bank Syariah Indonesia” dengan lancar. Shalawat serta salam senantiasa dilimpahkan kepada nabi besar kita Muhammad SAW yang telah memberikan penerangan bagi umat islam dalam kehidupan di dunia dan akhirat. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Allah SWT yang memberikan kesehatan dan kemudahan dalam melaksanakan pembuatan proposal dan shalawat beserta salam kepada nabi Muhammad SAW.

Penyelesaian proses pembuatan proposal ini terwujud atas bantuan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof.Dr. Ismail Fahmi Ar Rauf S.Ag MA selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa.
2. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta doa.
3. Bapak Dr. Muhammad Amin, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.
4. Bapak Zefri Maulana, M.SI selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa.
5. Ibu Chahayu Astina, SE, M.SI selaku dosen penasehat akademik.
6. Ibu Nanda Safarida, M.E selaku dosen pembimbing pertama dan

dengan sabar memberikan arahan dan nasihat selama penyusunan proposal skripsi.

7. Bapak Dr. Safwan Kamal, M.E.I selaku dosen pembimbing kedua dan dengan sabar memberikan arahan dan nasihat selama penyusunan proposal skripsi.
8. Segenap dosen dan pekerja di institut agama islam negeri langsa yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah.

Semoga Allah SWT mencatat semua amal baik mereka dan membalasnya dengan setimpal. Dalam menyelesaikan proposal skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu diperlukan kritik dan saran dalam menyempurnakan proposal ini. Akhir kata, penulis berharap agar semua pihak dapat mengambil manfaat dari informasi yang disajikan dalam penelitian ini.

Langsa, 25 Januari 2024

Mala safitri

DAFTAR ISI

LEMBARAN PERSETUJUAN	ii
LEMBARAN PERYATAAN	iii

DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Penelitian	11
1.4 Perumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Penjelasan Istilah.....	14
1.7 Sistem Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Keputusan Menabung.....	16
2.1.1 Pengertian Keputusan Menabung.....	16
2.1.2 Model-Model Pengambilan Keputusan.....	16
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan	18
2.1.4 Indikator Keputusan Menabung	19
2.2 Bank Syariah Indonesia.....	20
2.2.1 Pengertian Bank Syariah	20
2.2.2 Tujuan Dan Fungsi Bank Syariah	20
2.2.3 Perbedaan Bank Konvensional Dan Bank Syariah	21
2.3 Lokasi	22
2.3.1 Pengertian Lokasi.....	22
2.3.2 Indikator Lokasi	23
2.4 Produk	25
2.4.1 Pengertian Produk	25
2.4.2 Produk-Produk Bank Syariah.....	25
2.4.3 Indikator Produk.....	28
2.5 Fasilitas.....	28
2.5.1 Pengertian Fasilitas	28
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas	29
2.5.3 Fasilitas Menabung	31
2.5.4 Jenis-Jenis Fasilitas	31
2.5.5 Indikator Fasilitas.....	32
2.6 Layanan	34
2.6.1 Pengertian Layanan	34
2.6.2 Etika Pelayanan Nasabah	35
2.6.3 Indikator Layanan.....	35
2.7 Penelitian Terdahulu.....	36
2.8 Kerangka Pemikiran	47
2.9 Hipotesisi Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Pendekatan Penelitan.....	50
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	50
3.3 Populasi Dan Sampel.....	50

3.3.1 Populasi	50
3.3.2 Sampel	51
3.4 Sumber Data Penelitian	52
3.5 Instrumen Pengumpulan Data	52
3.6 Definisi Operasional Variabel	54
3.7 Teknik Analisis Data	60
3.7.1 Uji Instrumen.....	60
3.7.1.1 Uji Validitas	60
3.7.1.2 Uji Reabilitas.....	61
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	61
3.7.2.1 Uji Normalitas	61
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	62
3.7.2.3 Uji Linearitas	63
3.7.2.4 Uji Heteroskedastisitas	63
3.7.2.5 Uji Autokorelasi	64
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	64
3.7.4 Uji Hipotesis	64
3.7.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64
3.7.4.2 Uji F (Simultan).....	65
3.7.4.3 Uji T (Parsial).....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Gambaran Umum	67
4.1.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia	67
4.1.2 Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia	69
4.1.3 Tujuan Bank Syariah Indonesia.....	70
4.1.4 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia.....	71
4.1.5 Produk-Produk Bank Syariah Indonesia.....	76
4.1.6 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	77
4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan	78
4.2.1 Deskripsi Data Penelitian	78
4.3 Uji Instrumen Penelitian	81
4.3.1 Uji Validitas.....	81
4.3.2 Uji Reabilitas	82
4.4 Uji Asumsi Klasik	84
4.4.1 Uji Normalitas	84
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	85
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	87
4.4.4 Uji Autokorelasi	90
4.5 Analisis Regresi.....	91
4.6 Uji Hipotesis	93
4.6.1 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	93
4.6.2 Uji Pengaruh Simultan.....	94
4.6.3 Uji Signifikan Parsial(Uji T)	95
4.7 Interpretasi Hasil Penelitian.....	97

BAB V PENUTUP	101
5.1 kesimpulan.....	101
5.2 saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	104

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang operasionalnya sesuai dengan atau tidak bertentangan dengan aturan-aturan Allah SWT yang terdapat dalam Alquran dan hadis atau dengan kata lain, bank syariah merupakan bank yang dalam operasionalnya baik dalam penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan (bagi hasil) atas dasar prinsip syariah Islam.¹ Perkembangan perbankan syariah sangat pesat. Bukan hanya diperkotaan tetapi juga di daerah-daerah. Perkembangan perbankan syariah tersebut dari adanya pengesahan dasar-dasar hukum operasional tentang perbankan UU No.7 tahun 1992 yang kemudian diubah dalam UU No. 23 tahun 1999 tentang bank Indonesia undang- undang tersebut merupakan dasar hukum secara formal yang merupakan penegasan dari BI dalam menjamin kelegalan bank syariah. Selain itu muncul nya perbankan syariah karena adanya kesadaran masyarakat akan riba yang dilarang dalam agama Islam.²

Larangan riba tak hanya ada dalam agama islam melainkan juga dalam agama lain seperti pada agama Kristen. Dalam agama Kristen, larangan ketat atau pembatasan riba telah berlaku selama lebih dari 1400 tahun. Secara umum,

¹ Muhammad Wandisyah R Hutagalung, *Analisis Pembiayaan Bank Syariah* (Medan: Merdeka Kreasi, 2021) h.5.

² Nova Syafrina, Et. Al., “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menabung Di Pt. Bank Syariah Mandiri” Dalam *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol (3): 1, Januari- Juni Tahun 2018, h.60

semua kontrol ini menunjukkan bahwa penarikan kepentingan apapun mengenai bunga dilarang. Berdasarkan hal tersebut diatas merupakan salah satu alasan peneliti untuk meneliti lebih lanjut pada nasabah umat kristiani, yang mana penelitian sebelumnya lebih fokus kepada umat Islam.³

Adanya kemajuan teknologi modern saat ini Bank BSI menyadari betapa teknologi sangat menunjang kinerja perbankan. Layanan digital teknologi modern yang ditawarkan oleh bank BSI, yang diharapkan mampu membantu masyarakat dalam bertransaksi dengan adanya layanan tersebut. Akan tetapi kenyataannya, karena kurangnya literasi keuangan digital dan kesadaran masyarakat pada perbankan syariah masih menjadi persoalan, persoalan tersebut dilihat dari masih ditemukannya dalam kehidupan masyarakat yang dimana sebagian masyarakat belum mampu mengoperasikan sistem layanan digital.

Karakteristik budaya non muslim/kristiani yang kurang bisa bekerjasama, dan jiwa kapitalisme yang lazim melekat pada kalangan kristiani, sewajarnya menjadikan bank konvensional yang memiliki sistem kapitalis sebagai sarana investasi yang menjanjikan. Namun kenyataannya, sebagian besar nasabah non muslim juga tertarik untuk menyimpan dananya di perbankan syariah. Keputusan masyarakat non muslim/kristiani menjadi nasabah di bank syariah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal, faktor internal berupa motivasi, persepsi, belajar, kepribadian dan konsep diri, serta kepercayaan dan sikap. Sedangkan faktor eksternal yaitu

³ Alfi Kaukab, *Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk Dan Religius Stimulsi Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo* (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo, 2021) h. 4.

berupa social dan budaya.⁴

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong proses keputusan membeli terdiri dari lima tahap, yaitu proses keputusan pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan, keputusan pembeli dimana konsumen ingin mencari informasi lebih banyak, proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif, keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli, dan perilaku pasca pembelian. Selain itu keterlibatan perilaku konsumen merupakan faktor yang penting yang dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi produk dan jasa.⁵

Lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan kunci keputusan. Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan.⁶ Menurut Nur Rianto Al Arif dalam Endang, pada bisnis jasa bank, penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting. Dalam persaingan ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat.⁷

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi umat kristiani dalam

⁴ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 215.

⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Ed.1 (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h. 39.

⁶ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, Cet.4 (Bandung: Alfabeta, 2015), 55.

⁷ Sriwahyuni, Endang. *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi)*. Diss. IAIN Ponorogo, 2019, h.

memutuskan untuk menabung di bank syariah Indonesia. Faktor lokasi Bank Syariah yang strategis dan berada di tempat yang aman akan memudahkan seorang nasabah untuk menabung dan bertransaksi di Bank Syariah Indonesia. Namun pada kenyataannya, masih terdapat keraguan dan kesulitan yang dirasakan oleh salah satu informan umat Kristiani jika menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Kesulitan yang dirasakan yaitu kesulitan dalam melakukan transaksi stor tunai dan tarik tunai yang disebabkan lokasi Bank Syariah Indonesia yang memiliki stor tunai yang sangat terbatas di Kota Langsa. Hanya ada beberapa titik lokasi Bank Syariah Indonesia yang memiliki Mesin ATM stor tunai.

Dalam hal ini penentuan lokasi sangat penting dalam melaksanakan penyesuaian kebutuhan calon nasabah. Dijelaskan dalam hasil penelitian yang dilakukan Hapsari & Beik bahwa faktor lokasi berpengaruh dalam pemilihan masyarakat non muslim memilih bank syariah. Hal ini berarti jika lokasi bank syariah yang memiliki ATM stor tunai dan kesiapan Bank Syariah Indonesia menyesuaikan kebutuhan calon nasabahnya, makin besar peluang nasabah non muslim untuk menggunakan bank syariah.

Selain faktor lokasi, faktor produk juga menjadi salah satu hal yang penting dalam menarik minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah hal yang penting pada sebuah bank. Produk- produk yang dihasilkan bank harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Dengan terpenuhinya kebutuhan, maka nasabah akan tetap memilih bank tersebut dan tidak pindah ke bank lainnya. Selain itu

nasabah akan tertarik untuk memilih bank tersebut jika nasabah merasa bahwa produk perbankan dapat memenuhi kebutuhannya. Nasabah akan meyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang baik serta keistimewaan yang mencolok sehingga nasabah selalu menilai suatu pelayanan yang diterimanya dan dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.⁸

Produk perbankan syariah yang dikenal dengan sistem *profit sharing*/bagi hasil juga mempengaruhi keputusan nasabah non muslim karena seluruh produk sesuai syariah, sistem bagi hasil yang adil, proses bagi hasil yang sama-sama menguntungkan, dan menentramkan halal dan berkah.⁹ Meskipun beragam produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dalam menabung. Namun, non muslim tetap memiliki alasan tertentu yang mempengaruhi mereka untuk menjadi nasabah bank syariah.

Ternyata tidak hanya faktor margin dan bunga lagi yang menjadi alasan utama nasabah memilih perbankan karena sebagian nasabah lebih memilih keefektifitas, efisien, dan keamanan dana yang mereka titipkan kepada perbankan. Maka faktor utama yang menjadi pertimbangan nasabah atau calon nasabah memilih jasa pelayanan bank syariah terletak pada kepercayaan mereka terhadap profesionalitas dari perbankan tersebut.¹⁰

Semakin bertambahnya nasabah non muslim menjadi nasabah bank

⁸ Fadhilatul Hasanah, "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah". Volume 4 Nomor 1 Juni 2019, h. 486

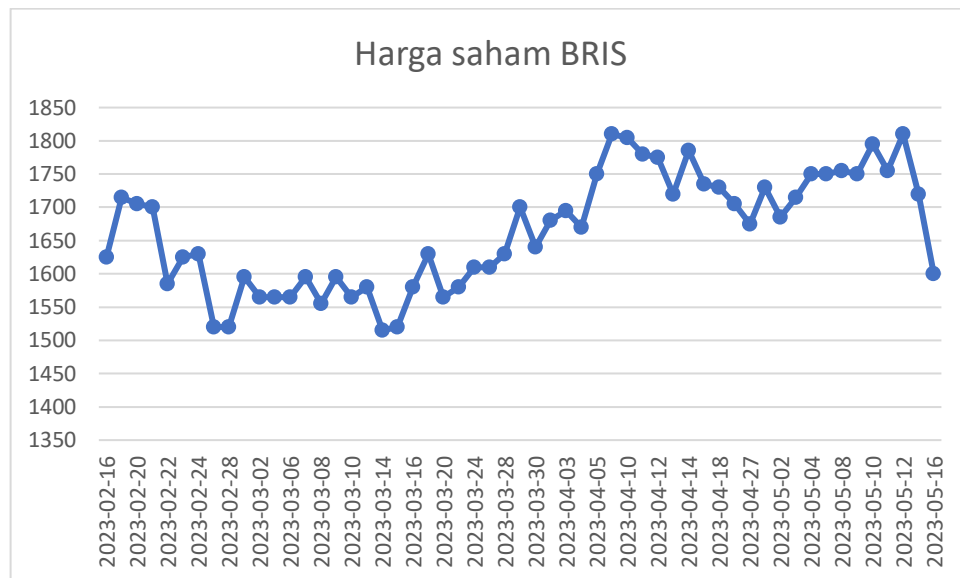
⁹ Siti Rahmania Ridwan, Pengaruh Pelayanan, Lokasi Dan Profit Sharing/Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Empiris Pada Masyarakat Non Muslim Di Kupang Nusa Tenggara Timur), *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, Vol. 3, No. 2, Tahun 2022, h. 361

¹⁰ Fadly Irawan, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Menabung Di Pt. Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kantor Cabang Kabanjahe Sumatera Utara" Skripsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022, h. 3

syariah tentunya hal ini juga memberikan manfaat bagi bank syariah dalam meningkatkan perkembangannya. Produk menjadi salah satu yang dapat ditawarkan kepasar untuk dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk yang akan dipasarkan berupa barang berbentuk fisik, sebuah jasa, pengalaman seseorang, acara, properti, dan gagasan gagasan.

Faktor fasilitas dan layanan juga menjadi alasan kenapa seorang nasabah menabung di bank syariah, pelayanan yang baik dan bagus bisa menjadi acuan seorang nasabah memutuskan untuk menabung di bank syariah Indonesia.¹¹ Namun kenyataannya, baru-baru ini pada bulan Mei tahun 2023 masyarakat aceh dihebohkan dengan layanan bank syariah yang mengalami gangguan pada saat melakukan transaksi keuangan. Akibatnya kalangan pelaku usaha baik mahasiswa dan org tua yang ingin mengirim uang tidak bisa sehingga mengalami kerugian karena sebagian masyarakat menggunakan layanan BSI untuk melakukan transaksi keuangan. Meski pada saat ini sistem jaringan BSI yang mulai memulih, namun sejumlah nasabah mengaku masih mengalami gangguan saat bertransaksi melalui ATM. Keluhan para nasabah sempat trending di media sosial seperti *twitter* dan facebook. Menurut menteri BUMN, Erick Thohir, beliau mengatakan gangguan yang melanda bank syariah Indonesia karena adanya serangan siber. Efek setelah terjadinya kebocoran data, saham Bank Syariah Indonesia turun setelah data nasabah bocor. Dapat dibuktikan dengan data grafik sebagai berikut:

¹¹ Fariani, Eka, Muhammad Haris Riyaldi, and Yani Prihatina Eka Furda. "Analisis faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia." *Al-Ahkam: Jurnal Syariah dan Peradilan Islam* 1.2 (2021): h. 1-17.

Gambar 1.1**Harga Saham BRIS 16 Februari- 16 Mei 2023**

Sentimen atas kebocoran data memengaruhi pergerakan saham BSI. Dilihat dari Yahoo Finance, saham BSI langsung ambles. Pada perdagangan Selasa (16/5/2023), saham BSI sempat dibuka pada Rp1.720. Namun pada pukul 13.00 WIB, sahamnya turun menjadi Rp1.600, turun 120 poin atau -6,98%. Capaian itu menjadi yang terendah selama April-Mei 2023. Selama rentang waktu tersebut, saham BRIS terpantau berada di kisaran Rp1.675-1.800. Saham BRIS memang sempat anjlok pada perdagangan Februari-Maret 2023 lalu. Selama 17 hari, antara 27 Februari-21 Maret 2023 lebih banyak di kisaran Rp1.515-1.630. Permasalahan diatas dapat menjadi satu alasan seseorang untuk belum mau menabung di Bank Syariah Indonesia yang disebabkan keamanan dari suatu bank yang menjadi keraguan seseorang untuk mnabung pada bank syariah.

Selain itu juga faktor kualitas pelayanan tidak kalah penting dalam menarik minat menabung, Dengan adanya kualitas yang baik di dalam perusahaan akan menciptakan kepuasan dari para nasabahnya. Setelah nasabah merasa puas

dengan produk dan layanan yang diterimanya, nasabah akan membandingkan pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Apabila nasabah benar-benar puas maka mereka akan melakukan transaksi ditempat yang sama.¹² Namun, terdapat masalah umum yang beberapa kali kerap terjadi di Bank Syariah Indonesia yaitu terjadi *maintenance* jaringan pada saat nasabah sedang bertransaksi di Bank Syariah Indonesia sehingga menyebabkan nasabah menunggu. Dalam hal ini nasabah dirugikan dalam masalah waktu sehingga dipertanyakan kualitas layanan yang ada pada bank tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak RS ssebagai berikut:

Saya sering sekali mendengar keluhan para nasabah Bank Syariah Indonesia mengeluh yang disebabkan seringnya terjadi eror sistem dan terjadi *maintenance* jaringan pada saat nasabah sedang bertransaksi dan mengakibatkan harus menunggu lama jikalau kejadian ini terjadi. hal inilah yang membuat saya mengurungkan niat untuk membuka rekening di BSI.¹³

Kualitas pelayanan perusahaan-perusahaan itu dimaksudkan sebagai usaha untuk memenuhi harapan konsumen, sedangkan harapan konsumen tidak selamanya sama. Seiring dengan berjalannya waktu, harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan akan berbeda dan terus akan berkembang. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Oleh karena itu, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dari nasabah umat kristiani untuk menggunakan jasa perbankan syariah sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi

¹² Seanewati Oetama, Desy Herlina Sari, Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) TBK di Sampit, *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3 No. 1, 2017, h. 59

¹³ RS, Masyarakat Kota Langsa, Wawancara di sekitar Kota Langsa, tanggal 24 Juni 2023.

kelangsungan lembaga tersebut. Menurut sinungan, faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan perbankan adalah konsumsi, pendapatan, produk, atau jenis tabungan, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat, dan promosi.¹⁴

Dari permasalahan diatas dapat dihubungkan dengan keputusan umat kristiani untuk menabung bank syariah. Perbankan tak hanya menjadi kebutuhan masyarakat yang beragama islam saja tetapi juga umat kristiani ataupun non muslim lainnya.berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka penulis berniat untuk mengkaji dan melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul “ *Pengaruh Lokasi, Produk, Fasilitas, Dan Layanan Terhadap Keputusan Umat Kristiani Kota Langsa Dalam Menabung Pada Bank Syariah Indonesia*”.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Lokasi

Faktor lokasi Bank Syariah yang strategis dan berada di tempat yang aman akan memudahkan nasabah untuk menabung dan bertransaksi di Bank Syariah Indonesia. Namun pada kenyataannya, masih terdapat keraguan dan kesulitan yang dirasakan oleh salah satu informan umat Kristiani jika menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Kesulitan yang dirasakan yaitu kesulitan dalam melakukan transaksi stor tunai dan tarik tunai yang disebabkan lokasi Bank Syariah Indonesia yang memiliki stor

¹⁴ Randy Andika, *Pengaruh Lokasi, Pelayanan, Religius Stimulsi, Reputasi, Profit Sharing (Bagi Hasil) Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah* (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015) h. 6-7.

tunai sangat terbatas jumlah mesin ATM nya sekawasan Kota Langsa. Hanya ada beberapa titik lokasi Bank Syariah Indonesia yang memiliki Mesin ATM stor tunai.

2. Produk

Produk perbankan syariah yang dikenal dengan sistem *profit sharing*/bagi hasil juga mempengaruhi keputusan nasabah non muslim karena seluruh produk sesuai syariah, sistem bagi hasil yang adil, proses bagi hasil yang sama-sama menguntungkan, dan menentramkan halal dan berkah. Namun berdasarkan observasi, pengetahuan mengenai perbankan syariah pada masyarakat non-muslim di Kota Langsa masih minim disebabkan oleh kendala mengenai pemahaman terhadap perbankan Syariah yang rendah, sehingga perbankan konvensional lebih diminati. Masyarakat non-muslim beranggapan bahwa semua bank sama saja dan lebih memilih menggunakan transaksi *BRILink* dalam bertransaksi keuangan baik menarik uang maupun menyetor uang.

3. Fasilitas

Fasilitas pada bank syariah yang dianggap sudah memadai dan mampu memberikan yang terbaik tetapi kenyataannya fasilitas tersebut menjadikan masyarakat mengalami banyak keluhan yang berakibat terjadinya kerugian dikarenakan gangguan pada saat melakukan transaksi keuangan.

4. Layanan

Layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia sudah diterapkan secara baik. Namun, terdapat masalah umum yang beberapa kali kerap terjadi di Bank Syariah Indonesia yaitu terjadi *maintenance* jaringan pada saat nasabah sedang bertransaksi di Bank Syariah Indonesia sehingga menyebabkan nasabah menunggu.

1.3 Batasan Penelitian

Batasan penelitian dari penelitian ini yaitu peneliti membatasi penelitian hanya pada pengaruh lokasi, produk, fasilitas, dan layanan terhadap keputusan umat kristiani Kota Langsa dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap keputusan umat Kristiani Kota Langsa dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh Produk terhadap keputusan umat Kristiani Kota Langsa dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap keputusan umat Kristiani Kota Langsa dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh Layanan terhadap keputusan umat Kristiani Kota Langsa dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh lokasi, produk, fasilitas, dan layanan terhadap

keputusan umat kristiani kota langsa dalam menabung pada bank syariah Indonesia?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah, rumusan masalah diatas adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap keputusan umat Kristiani Kota Langsa dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh Produk terhadap keputusan umat Kristiani Kota Langsa dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap keputusan umat Kristiani Kota Langsa dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh Layanan terhadap keputusan umat Kristiani Kota Langsa dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, produk, fasilitas, dan layanan terhadap keputusan umat kristiani kota langsa dalam menabung pada bank syariah Indonesia.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terlibat, baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Akademis, penelitian ini dapat dijadikan tambahan materi sebagai referensi keilmuan serta menambah pengetahuan lebih mendalam.
- b. Memberikan pengetahuan ilmiah dalam melihat pengaruh lokasi, produk, fasilitas dan layanan terhadap keputusan umat kristiani dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti, agar Penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan untuk peneliti tentang pengaruh lokasi, produk, fasilitas dan layanan terhadap keputusan umat kristiani Kota Langsa dalam menabung pada Bank Syariah Indonesia.
- b. Bagi Mahasiswa, Penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa sebab penelitian ini mahasiswa bisa mendapatkan informasi tentang umat kristiani yang menabung pada Bank Syariah Indonesia selain daripada umat muslim.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya, dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut.

1.6 Penjelasan Istilah

1. Lokasi

Lokasi perbankan adalah suatu jaringan dimana nasabah mampu

memanfaatkan produk dan jasa perbankan.¹⁵

2. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.¹⁶

3. Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.¹⁷

4. Layanan

Layanan atau pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

5. Keputusan Menabung

Keputusan nasabah menabung adalah perilaku nasabah dimana nasabah merespon positif terhadap kualitas pelayanan bank dan berniat untuk melakukan kunjungan atau menggunakan produk bank tersebut.¹⁸

¹⁵ Cindhy audina putribasutami,et. al., “pengaruh pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan sosial terhadap keputusan menabung di ponorogo”, dalam *jurnal ilmu manajemen*, vol (6): 3, 2018, h.160.

¹⁶ Alfi Kaukab, *Pengaruh Lokasi, Promosi, Produk, Dan Religius Stimuli Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kota Palopo* (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo,2021) h. 23.

¹⁷ Ahmad Abdillah Reza, *Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam* (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2017) h. 37-38.

¹⁸ Diana ulfa dan utami tri sulistyorini, “ analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, lokasi, dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung kembali” dalam *jurnal sains ekonomi dan perbankan syariah*, vol (8):1, januari 2018, h. 63-64.

6. Umat Kristiani

Umat Kristiani adalah seseorang atau sekelompok orang yang bukan termasuk sebagai umat muslim yang mencakup sejumlah agama dengan segala bentuk kepercayaan masing-masing pribadi.

7. Bank Syariah

Bank ialah lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, lalu menyalurkannya ke masyarakat yang mengalami kekurangan dana dan memberikan jasa dalam bentuk kredit ataupun bentuk lainnya.¹⁹

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini bisa disajikan secara sistematis, maka penelitian skripsi menyusun ke dalam tiga bab yang berkelanjutan dan berkaitan satu sama lain, dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, menguraikan dasar penyusunan proposal yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan masalah dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, menguraikan tentang kajian teori yang digunakan sebagai landasan teori.

BAB III METODE PENELITIAN, menguraikan tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek penelitian, sumber data penelitian, instrumen pengumpulan data, metode keabsahan data, dan analisis hasil

¹⁹ Muhammad wandisyah R Hutagalung, *Analisis Pembiayaan Bank Syariah* (medan: merdeka kreasi, 2021), h.4.

penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN, menguraikan tentang gambaran umum bank syariah , hasil pembahasan dan analisis hasil penelitian.

BAB V PENUTUP, menguraikan tentang kesimpulan dan saran.

BAB IV

HASIL PEMBAHASAN DAN ANALISA

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

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 stake holder 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 terhadap 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.⁵²

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk, yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara. BSI merupakan bank hasil *Merger* antara PT Bank Rakyat Indonesia Tbk unit syariah, PT Bank Syariah

⁵² https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html/ di akses pada tanggal 01 Januari 2024. Pukul 14.00 wib

Mandiri dan PT Bank Bank Negara Indonesia Tbk unit Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari dua Bank Unit Syariah dan satu Bank Syariah, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.⁵³

BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cermin wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin). Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi

⁵³ <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita-izin-ojk-bsi-pastikan-proses-marger-sesuai-rencana/> di akses pada tanggal 1 Januari 2024. Pukul 14.00 wib

lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang. Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan negeri.

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, tentu potensi industri keuangan syariah cukup menjanjikan di masa depan. Adanya peningkatan yang signifikan beberapa tahun terakhir terhadap produk dan layanan berbasis syariah di Indonesia membuat pemerintah mencermati hal ini sebagai sebuah momen penting dalam tonggak perekonomian syariah di Indonesia. Sikap optimis inilah yang membuat pemerintah akhirnya menggabungkan 3 daftar bank syariah besar besutan BUMN, yaitu PT Bank syariah Mandiri Tbk, PT Bank Negara Indonesia Tbk Unit Syariah, dan PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Unit Syariah menjadi intensitas baru yang di beri nama Bank Syariah Indonesia.⁵⁴

4.1.2 Sejarah Umat Kristiani

Krisen merupakan agama minoritas kedua terbesar di aceh yang dianut oleh 20.309 jiwa umat kristen protestan dan 2.315 jiwa krisen katolik. Total jumlah penduduk Aceh yang menganut protestan dan katolik adalah sebanyak 23.615 jiwa sekitar 1,01% dari 5.230.410 jiwa jumlah penduduk Aceh. Sedangkan jumlah gereja tercatat sebanyak 184 gereja berdiri di seluruh Aceh. Gereja berdiri dari

⁵⁴ *Ibid.*

masuknya Bangsa Portugis, Belanda, Inggris dan misionaris Jerman di Tanah Batak. Kota Langsa juga dikenal sebagai kota yang toleran dan menjunjung tinggi keberagaman. Meskipun mayoritas penduduknya adalah Muslim, Kota Langsa tetap membuka peluang bagi umat agama lain untuk beribadah dan menjalankan kepercayaan mereka. Di Kota Langsa, terdapat berbagai tempat ibadah seperti gereja dan vihara yang menjadi tempat beribadah bagi umat Kristen dan Buddha setempat. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Langsa merupakan contoh harmoni antarumat beragama di Indonesia. Jumlah umat kristen di Kota Langsa terdapat 744 jiwa, dan umat khatolik di Kota Langsa sebanyak 52 umat dan umat muslim sebanyak 186.503 jiwa.

Langsa adalah salah satu kota yang berada di provinsi Aceh, Indonesia. Kota Langsa berada kurang lebih 400 km dari kota Banda Aceh. Pada tahun 2021, jumlah penduduk kota Langsa sebanyak 185.622 jiwa, dengan kepadatan 707 jiwa/km². Pada awalnya Langsa merupakan pusat ibu kota dari kabupaten Aceh Timur dan berstatus Kota Administratif sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 64 Tahun 1991 tentang Pembentukan Kota Administratif Langsa. Setelah pemekaran dari kabupaten Aceh Timur, Kota Administratif Langsa diangkat statusnya menjadi Kota Langsa berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 tanggal 21 Juni 2001. Hari jadi Kota Langsa ditetapkan pada tanggal 17 Oktober 2001. Kota Langsa terkenal sebagai kota pendidikan, kota perdagangan, kota kuliner, dan kota wisata.

Luas wilayah Kota Langsa adalah 262,41 km².^[7] Kota langsa terletak pada

posisi antara $04^{\circ} 24' 35,68''$ – $04^{\circ} 33' 47,03''$ Lintang Utara dan $97^{\circ} 53' 14,59''$ – $98^{\circ} 04' 42,16''$ Bujur Timur.^[8] Ketinggian wilayah Kota Langsa antara 0 – 25 M di atas permukaan laut serta mempunyai batas-batas wilayah sebagai berikut.

Utara	Kabupaten Aceh Timur, Selat Malaka
Timur	Selat Malaka
Selatan	Kabupaten Aceh Tamiang
Barat	Kabupaten Aceh Timur

Kota Langsa merupakan daerah tropis yang selalu dipengaruhi oleh angin musim, sehingga setiap tahun ada dua musim yang berbeda yaitu musim hujan dan musim kemarau. Musim hujan dan musim kemarau biasanya terjadi secara acak sepanjang tahun. Meskipun perubahan cuaca sering, curah hujan rata-rata per tahun berkisar dari 1500 mm sampai 3000 mm, sedangkan suhu udara rata-rata berkisar antara 28° - 32° °C dan kelembaban relatif rata-rata 75 %.

4.1.3 Visi, Misi dan Tujuan BSI

1. Visi Bank BSI

Gambar 4.2 Visi BSI



2. Misi BSI

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia,
2. Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi Top 5 Bank berdasarkan asset (500 + T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
3. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham, Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
4. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para telenta terbaik indonesia,
5. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kerja.⁵⁵

4.1.4 Tujuan BSI

1. Sinergi yang baik demi meningkatkan layanan untuk nasabah bank syariah; Sinergitas yang di hasilkan dari merger ini tentu akan semakin kuat dan kokoh dan sejalan dalam visi bank syariah di Indonesia di masa depan.
2. Perbaiki proses bisnis; Meski ada tantangan dalam hal penggabungan nasabah, tantangan ini akan sebanding dengan proses bisnis syariah yang semakin baik kedepannya karena dikelola oleh satu Bank.
3. Risk Management; Pengelolaan BSI akan meminimalisir risiko- risiko yang mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan dimasa depan.

⁵⁵ https://ir.bankbsi.co.id/vision_mision.html/ di akses pada tanggal 1 Januari 2024. Pukul 14.00 wib

4. Sumber Daya Insani; BSI akan menyeleksi sumber daya terbaik untuk menjalankan industri perbankan syariah lebih baik lagi di bandingkan jika berjalan sendiri dengan tiga entitas berbeda.
5. Penguatan teknologi digital; Pengembangan teknologi dan inovasi perbankan terus bermunculan dan ini adalah tugas dari Bank Syariah Indonesia untuk menyeragamkan teknologi syariah yang ada di Indonesia. Harapannya, teknologi digital yang di usung oleh BSI dapat menjadi tolak ukur untuk sistem teknologi informasi berbasis syariah dalam skala nasional.⁵⁶

4.1.5 Struktur Organisasi Bank BSI

Setiap perusahaan pasti memiliki struktur organisasi yang merupakan hal yang sangat penting untuk dimiliki guna menciptakan efektifitas dan efisiensi dalam kinerja masing-masing pegawai. Hal yang sama tentu juga dimiliki oleh Bank BSI KCP Langsa 2, diantaranya :⁵⁷

1. Pimpinan Cabang

Merancang rencana kerja dan anggaran (RKA). membina, mengkoordinasi dan mengawasi semua unit kerja dan karyawan dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan strategi dan rencana guna pencapaian target yang telah ditetapkan. Serta melakukan pemasaran baik untuk produk *funding* ataupun *lending* dalam rangka perluasan pangsa pasar. Tentunya semua hal tersebut dilakukan dengan koordinasi bersama para manajer.

⁵⁶ *Ibid.*

2. *Branch Business Manager*

Merencanakan, mengawasi dan mengevaluasi strategi cabang serta target penjualan. Berkoordinasi dengan pusat dan cabang lain untuk penentuan wilayah penjualan dan target penjualan. Selanjutnya memonitor dan mengevaluasi pasar dan kompetitor untuk membangun strategi penetrasi pasar dan menganalisa kebutuhan pasar. Selain itu *branch business manager* juga memiliki wewenang untuk memantau tugas penagihan yang dilakukan oleh *collector*.

3. *Operation Manager*

Membantu pimpinan cabang dalam mempersiapkan RKA dan mengkoordinasi, membina serta mengawasi unit-unit kerja di bawahnya untuk mencapai target, terutama yang terkait dengan operasional dan pelayanan. Memastikan bahwa pengelolaan kas, pelayanan dana jasa, pelayanan pinjaman, kegiatan *back office*, dan surat-surat berharga telah benar dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Terakhir, memastikan bahwa seluruh kebutuhan unit kerja sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

4. *Funding Head*

Bertanggung jawab pada pencapaian target bidang usaha pendanaan. Serta memberikan target untuk dapat mebhimpun dana sebanyak-banyaknya dari nasabah. Dana dapat berasal dari beberapa produk bank diantaranya melalui simpanan tabungan, simpanan giro maupun simpanan deposito dari para nasabahnya.

5. *Financing Head* :

Mengkoordinasikan pemasaran produk pembiayaan dan pemantauan penagihan pembiayaan sesuai ketentuan yang berlaku. Selanjutnya mendatangi bukti-bukti transaksi pengeluaran uang (biaya-biaya) sesuai keperluan operasional perusahaan, dan turut serta sebagai komite pemutus pembiayaan sesuai ketentuan yang berlaku.

6. *Funding Officer*

Memiliki tugas mengidentifikasi kebutuhan nasabah dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan. Juga bertugas mengelola *account* nasabah sesuai dengan *service standard* yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dan melakukan pendekatan secara rutin terhadap nasabah ataupun pihak ketiga, sehingga membuat mereka loyal terhadap bank.

7. *Account Officer*

Sebagai seorang AO tugas utamanya yaitu mencari dan mempertemukan antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak bank. Harus mengetahui secara detail semua informasi mengenai debitur, mengetahui dokumen-dokumen apa saja yang diperlukan saat pengajuan kredit, apabila lengkap membuat proposal untuk diserahkan kepada *reviewer*.

8. *Internal Control*

Memiliki tugas memastikan proses evaluasi dan persetujuan pembiayaan, serta pemenuhan persyaratan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Lalu memastikan transaksi operasional Bank diproses sesuai dengan ketentuan yang

berlaku, akurat dan tepat waktu. Mengevaluasi penerapan manajemen risiko, kepatuhan dan *Good Corporate Governance* pada kegiatan Operasional dan Pembiayaan.

9. *Reviewer Officer*

Memiliki tugas memeriksa kelayakan dokumen beserta kekuatan legalitas dokumen persyaratan pembiayaan, dan melakukan survei ke calon debitur. Lalu melaksanakan proses review, evaluasi dan memberikan rekomendasi atas proposal pembiayaan yang diajukan oleh *account reviewer* yang kemudian memberikan hasil evaluasi tersebut kepada direksi sebagai bahan pertimbangan.

10. *IT Network and Support*

Bertugas memastikan computer dan aplikasi bisa berjalan sebagaimana mestinya. Memastikan keamanan data-data yang dimiliki oleh *user* selalu terjaga. Lalu memperbaiki komputer user yang rusak dalam waktu sesingkat-singkatnya. Dan yang terakhir melakukan *update* secara berkala baik sistem operasi maupun sistem aplikasi.

11. *Acceptance*

Memiliki tugas menerima dokumen pembiayaan nasabah, memeriksa kelengkapan dan keabsahan dokumen dengan mengacu pada ketentuan pembiayaan, yang kemudian apabila telah lengkap dokumen tersebut harus disimpan sesuai dengan ketentuan Bank. Tugas lainnya yaitu melakukan pengecekan dan memberikan konfirmasi atas dokumen yang memerlukan pembaharuan.

12. *Appraisal*

Karyawan yang bekerja di unit *appraisal* tugasnya adalah semua hal yang berkaitan dengan barang jaminan. Mulai dari melakukan penilaian jaminan, pengecekan langsung kondisi jaminan, penilaian ulang jaminan apabila ada perpanjangan, hingga menangani proses lelang dengan melakukan koordinasi dengan lembaga *appraisal* independen.

13. Legal

Memiliki tugas dalam hal yang berkaitan dengan hukum. Menganalisis subjek dan objek hukum dalam bentuk analisis yuridis dalam hal ini menganalisis keabsahan legal dokumen. Lalu menentukan dokumen-dokumen pendukung standar yang diperlukan untuk jaminan sebagai persyaratan penanaman dana, mempersiapkan proses pengikatan dan memberikan opini hukum.

13. *Teller*

Tugas seorang *teller* diantaranya, melayani nasabah yang hendak melakukan setor/tarik tunai, transfer dll. Kemudian juga melakukan sebuah transaksi pembayaran non tunai atau tunai kepada nasabah yang bertransaksi update data transaksi di sistem computer, dan bertanggung jawab pula atas kesesuaian antara jumlah kas di sistem dengan kas yang diterimanya.

14. *Customer Service*

Memiliki tugas untuk dapat memberikan informasi produk kepada nasabah atau calon nasabah dengan baik dan benar. Selain itu bertugas pula melayani pembukaan dan penutupan rekening nasabah, melayani segala bentuk komplain

dari nasabah, dan juga melayani nasabah dalam hal pelayanan jasa-jasa produk bank seperti transfer dan pemindahbukuan antar rekening nasabah.

15. *Back Office*

Bertugas untuk melakukan penyelesaian transaksi pembukaan atau penutupan rekening tabungan, giro dan deposito, termasuk di dalamnya penerbitan kartu ATM. Kemudian juga melakukan proses validasi, verifikasi, konfirmasi, rekonsiliasi dan *settlement*, penerusan transaksi kliring/*Real Time Gross Statement* (RTGS), dan penerusan pengaduan nasabah. Tugas lainnya yang harus dijalankan yaitu pelaksanaan *end of periode* (harian, mingguan, bulanan, tahunan), termasuk pelaporan untuk kebutuhan internal ataupun eksternal.

4.1.6 Produk-produk Perbankan Syariah

Berikut adalah jenis-jenis produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Langsa 2, baik produk funding maupun lending diantaranya:⁵⁸

1. Produk Dana

- a. BSI Tabungan Valas
- b. BSI Tabungan Haji Indonesia
- c. BSI Tabungan Easy Mudharabah
- d. BSI Tabungan Pendidikan
- e. BSI Tabungan Bisnis
- f. BSI TabunganKu
- g. BSI Tabungan Pesnsiun

⁵⁸ Dokumentasi Surat Tembusan Produk Tabungan Sesuai Prinsip Bank Syariah Indonesia Tahun 2021

- h. BSI Tabungan Efek Syariah
- i. BSI Tabungan Smart
- j. BSI Tabungan Prima
- k. BSI Tapenas Kolektif
- l. BSI Tabungan Payroll
- m. BSI Tabungan Mahasiswa
- n. BSI Tabungan Junior
- o. BSI Tabungan Simpanan Belajar
- p. BSI Tabungan Easy Wadiah
- q. BSI Tabungan Rencana
- r. Rekening Autosave dan Qurban

4.1.7 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Letak Geografis Kota Langsa

Letak Geografis Kota Langsa merupakan daerah dari pemekaran Kabupaten Aceh Timur. Terletak lebih kurang 400 Km dari Kota Banda Aceh. Kota Langsa sebelumnya berstatus Kota Administratif sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 64 Tahun 1991 tentang pembentukan Kota Administratif. Langsa kemudian ditetapkan statusnya menjadi kota dengan Undang-Undang Nomor 3 Tahun Berdasarkan Undang-Undang nomor 3 Tahun 2001 Kota Langsa memiliki luas 262,41 Km². Dengan letak geografis 04 ° Lintang Utara 97 ° Bujur Timur. Yang berbatasan sebelah utara dengan Aceh Timur dan Selat Malaka, sebelah timur dengan

Kabupaten Aceh Tamiang, sebelah selatan dengan Kabupaten Aceh Timur dan dan Kabupaten Aceh Tamiang dan sebelah barat dengan Kabupaten Aceh Timur.

2. Luas Wilayah Kota Langsa

Citra Kota Langsa Gambaran Administrasi Wilayah Tahun 2002 wilayah Kota Langsa terdiri dari 3 Kecamatan yaitu Kecamatan Langsa Timur, Kecamatan Langsa Barat, dan Kecamatan Langsa Kota, yang terdiri dari 3 Kelurahan dan 48 Desa. Pada Tahun 2007 berdasarakan Keputusan Walikota Langsa nomor 5 terjadi pemekaran menjadi 5 (lima) kecamatan dengan bertambahnya 2 kecamatan baru yaitu Langsa Baro dan Langsa Lama yang mencakupi 51 desa. Dua kecamatan yang baru tersebut merupakan pemekaran dari kecamatan Langsa Timur dan Langsa Barat. Kemudian sesuai dengan Qanun Nomor 4 Tahun 2010, terjadi pemekaran desa menjadi 66 desa.

3. Penduduk Kota Langsa

Mayoritas penduduk Kota Langsa adalah suku Aceh lalu disusul oleh suku Melayu, suku Jawa, suku Tionghoa, suku Gayo, suku Batak, suku Alas, dan suku Karo. Kota Langsa merupakan kota termaju dan terbesar di provinsi Aceh setelah kota Banda Aceh, kota ini juga merupakan kota terpadat dan teramai setelah Banda Aceh. Bahasa yang digunakan masyarakat kota Langsa adalah: Bahasa Melayu dan bahasa Aceh, yang merupakan bahasa yang dominan dipakai oleh masyarakat

kota Langsa, namun bahasa Indonesia tetap menjadi bahasa utama dan menjadi pemersatu untuk berkomunikasi antar etnis, terutama untuk berbicara kepada pendatang luar provinsi Aceh. Tercatat dari Badan Pusat Statistik jumlah penduduk Kota Langsa sebanyak 192.630 jiwa.

Agama Islam adalah agama mayoritas masyarakat Kota Langsa dan rakyat Aceh umumnya. Hukum Syariat Islam menjadi aturan dasar dalam kehidupan masyarakat Kota Langsa. Agama Kristen juga menjadi bagian dari populasi, sementara Buddha banyak diadopsi oleh komunitas warga Tionghoa. Kota Langsa merupakan kota yang kaya akan perbedaan etnis dan penduduk tetap hidup dalam damai serta memiliki toleransi beragama yang kuat. Lokasi Kota Langsa sangat dekat dengan Medan, ibu kota Provinsi Sumatera Utara, sehingga menempatkan Kota Langsa sebagai kota yang strategis dan ramai imigran.

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.2.1 Deskripsi Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari secara langsung dari objek penelitian. Cara yang digunakan yaitu menyebar kuisioner melalui online yang dibagikan kepada 33 Umat Kristiani yang berada di Kota Langsa. Karakteristik responden yang diperoleh antara lain data tentang jenis kelamin, umur, pekerjaan dan agama. Untuk dapat lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel yang disajikan oleh penulis, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 4.3
Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Laki-Laki	20	40%
Perempuan	30	60%
Total	50	100%

Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20 orang dengan persentase 40%. Selanjutnya berjenis kelamin perempuan sebanyak 30 orang dengan persentase 60%. Dapat disimpulkan bahwa responden Perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki.

Tabel 4.4
Frekuensi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persen
<20 Tahun	2	4%
>20 Tahun	31	96%
Total	50	100%

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa responden yang berumur dibawah <20 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 4%. Sedangkan responden dengan umur diatas 20 tahun sebanyak 48 orang dengan persentase 96%. Dapat disimpulkan karakteristik responden dengan umur di atas 20 tahun lebih banyak dibandingkan dengan jumlah umur <20 tahun.

Tabel 4.5
Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persen
Tidak Bekerja	39	78%
Bekerja	11	22%
Total	50	100%

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden yang tidak bekerja sebanyak 39 orang dengan persentase 78%. Sedangkan responden yang bekerja sebanyak 11 orang dengan persentase 22%. Dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden lebih banyak yang belum bekerja dibandingkan dengan responden yang memiliki pekerjaan.

Tabel 4.6
Frekuensi Responden Berdasarkan Agama

Agama	Frekuensi	Persen
KRISTEN	45	90%
Katolik	5	10%
Total	50	100%

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden yang beragama Kristen sebanyak 45 orang dengan persentase 90%. Sedangkan responden yang beragama Katolik sebanyak 5 orang dengan persentase 10%. Dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden yang beragama Kristen lebih banyak dibandingkan dengan yang beragama Katolik.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Pengujian Validitas setiap pertanyaan dilakukan dengan menghitung korelasi product moment antara skor setiap pertanyaan dengan skor total. Dalam hal ini digunakan beberapa butir pertanyaan yang dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur tersebut. Setiap faktor dianggap valid jika Person Correlation $>0,34$.⁵⁹

⁵⁹ Sugiono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi" h.27.

Tabel 4.7
Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Korelasi Minimal	Keterangan
Lokasi	LK1	0,477	>0,34	Valid
	LK2	0,720	>0,34	Valid
	LK3	0,708	>0,34	Valid
	LK4	0,655	>0,34	Valid
	LK5	0,759	>0,34	Valid
Produk	P1	0,754	>0,34	Valid
	P2	0,789	>0,34	Valid
	P3	0,735	>0,34	Valid
	P4	0,813	>0,34	Valid
	P5	0,855	>0,34	Valid
Fasilitas	F1	0,465	>0,34	Valid
	F2	0,609	>0,34	Valid
	F3	0,518	>0,34	Valid
	F4	0,800	>0,34	Valid
	F5	0,742	>0,34	Valid
Layanan	L1	0,755	>0,34	Valid
	L2	0,574	>0,34	Valid
	L3	0,851	>0,34	Valid

	L4	0,848	>0,34	Valid
	L5	0,829	>0,34	Valid
Kputusan Umat	KUKM1	0,749	>0,34	Valid
Kristiani Menabung	KUKM2	0,634	>0,34	Valid
	KUKM3	0,700	>0,34	Valid
	KUKM4	0,707	>0,34	Valid
	KUKM5	0,674	>0,34	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4. hasil pengujian validitas di atas menunjukkan bahwa seluruh indikator *independent* dan *dependent* menghasilkan faktor *corrected Item-Total Correlation* >0,34. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator indikator *independent* dan *dependent variable* dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan baik atau reliabel jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach's Alpha > 0.60.⁶⁰

⁶⁰ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss, h.176.

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Indikator	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Cut off</i>	Ket
1	Lokasi X1	5	0,690	>0,60	Reliabel
2	Produk X2	5	0,838	>0,60	Reliabel
3	Fasilitas X3	5	0,624	>0,60	Reliabel
4	Layanan X4	5	0,799	>0,60	Reliabel
4	Keputusan Umat Kristiani Menabung Y	5	0,728	>0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk *independent variable* yaitu variabel lokasi (X1) sebesar 0,690 atau 69,0%. Variabel produk (X2) sebesar 0,838 atau 83,8%, variabel fasilitas (X3) sebesar 0,624 atau 62,4%, variabel layanan (X4) sebesar 0,799 atau 79,9% dan untuk *dependent variable* yaitu Keputusan Umat Kristiani Menabung(Y) memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,728 atau 72,8%. Dari hasil data yang diolah melalui SPSS dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel yang diteliti reliabel.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi setiap variabel bebas berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal atau data yang mendekati normal. Pengambilan

keputusan dalam pengujian ini menggunakan analisis grafis berdasarkan pada:⁶¹

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar menjauhi garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Adapun hasil uji normalitas pada penelitian ini, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 I.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,58543744
	Absolute	,062
Most Extreme Differences	Positive	,051
	Negative	-,062
Kolmogorov-Smirnov Z		,438
Asymp. Sig. (2-tailed)		,991

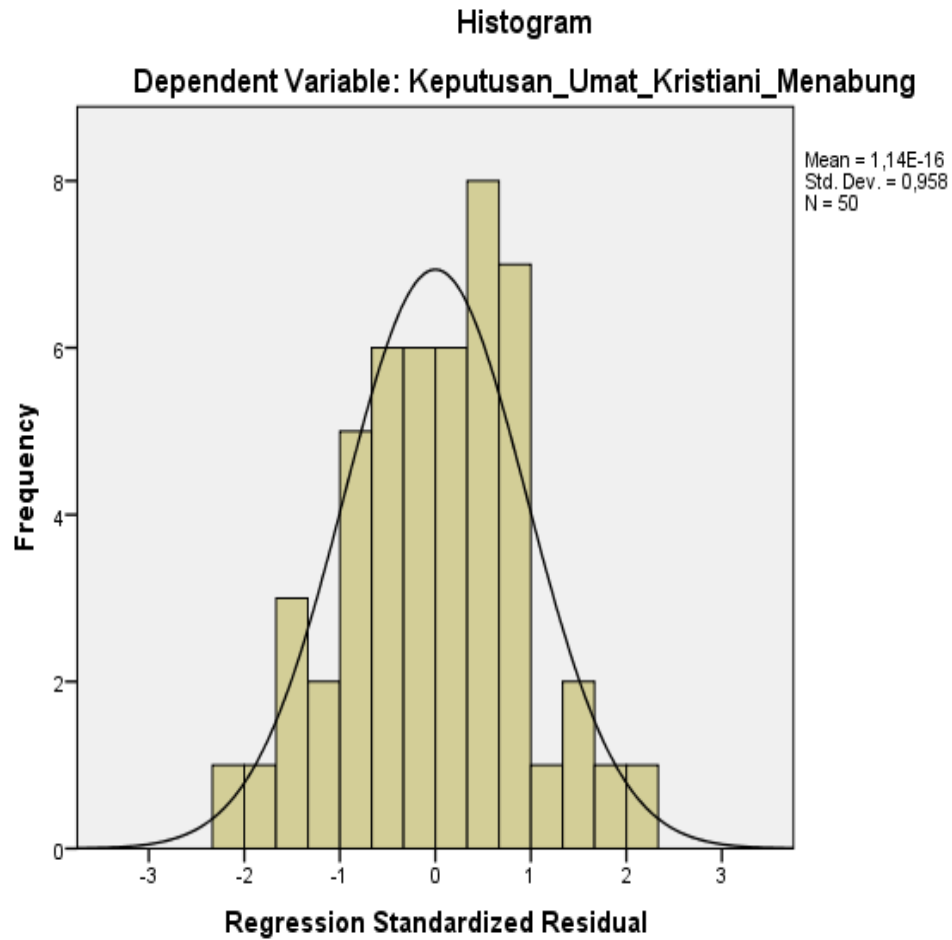
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

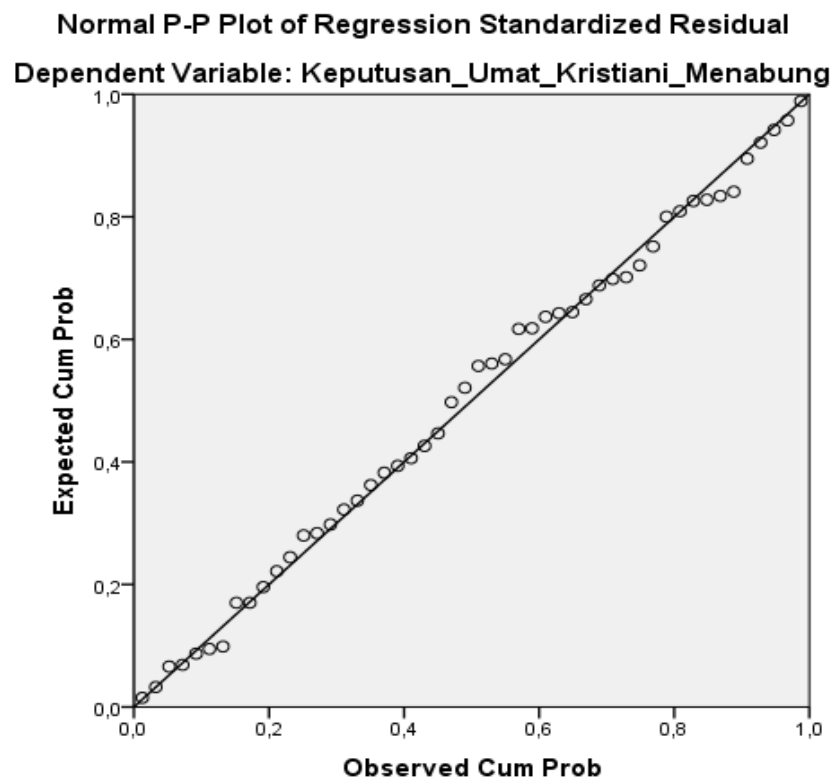
Data tabel tentang hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov* didapatkan hasil *nilai Asymp.Sig.(2-tailed)* senilai $0,991 > 0,05$ dengan begitu data dalam penelitian ini dapat dinyatakan telah terdistribusi normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar grafik histogram dan normal *P-P of regression standarzed* residual dibawah ini.

⁶¹Junaidi, "Metode Penelitian, h.160

Gambar 4.1 5.
Uji Normalitas Grafik Histogram



Gambar uji grafik histogram berbentuk seperti lonceng dan *P-P plot standardized* cenderung mengikuti garis diagonal dalam mengidentifikasi bahwa pengujian normalitas model regresi berganda pada penelitian ini telah memenuhi asumsi, sehingga data dalam model regresi berganda ini berdistribusi normal.



**Gambar 4.9 Grafik
Normal P-P Plot**

Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah 2023

Pada Gambar 4.2 Grafik P-P Plot menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel saling terkait secara linier atau untuk menguji apakah mereka berada dalam model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antara

variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai toleransi. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap yang variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Pengambilan keputusan yang diambil yaitu:⁶²

1. Multikolinearitas terjadi apabila nilai VIF > 10 dan toleransi < 0,10 maka terjadi masalah multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF <10 dan nilai toleransi >0,1 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Lokasi	,395	2,529
	Produk	,396	2,525
	Fasilitas	,423	2,362
	Layanan	,340	2,939

a. Dependent Variable:

Keputusan_Umat_Kristiani_Menabung

Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel lokasi adalah sebesar 0,395 pada variabel produk 0,396, pada variabel fasilitas sebesar 0,423, pada variabel layanan 0,340 yang masing-masing variabel memiliki nilai *tolerance* lebih dari >0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel Lokasi (X1), Produk (X2), Fasilitas (X3), Layanan (X4) masing-masing 2.529, 2.525, 2.362 dan 2.939

⁶² Ibid, h. 161.

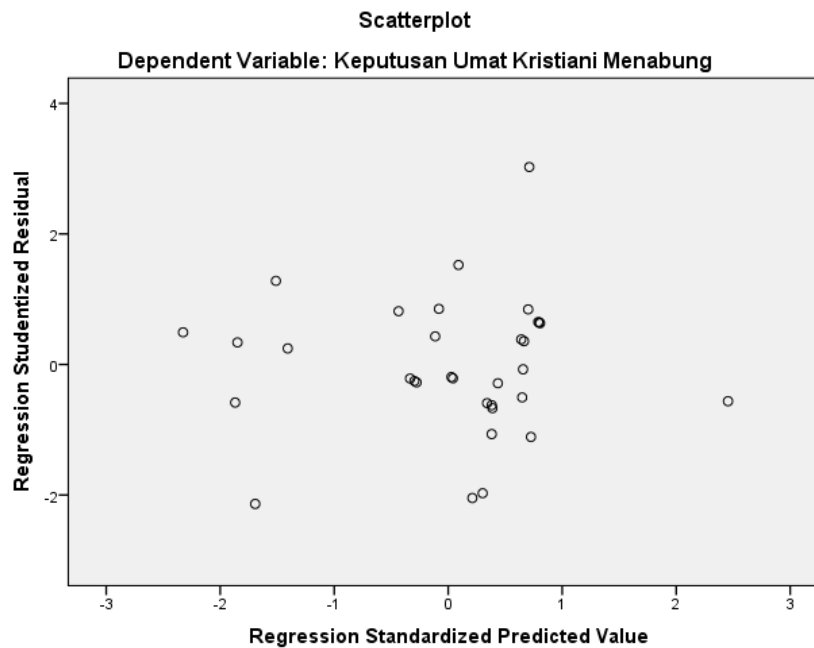
yaitu lebih besar dari >10 . Dengan demikian dapat diartikan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinearitas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali, uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residualnya pengamatan yang lainnya. Apabila variance dari satu pengamatan terhadap pengamatan yang lainnya tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika sebaliknya, disebut heteroskedastisitas. Dasar-dasar analisisnya yaitu sebagai berikut.⁶³

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

⁶³ Sugiyono, metode peneliti, h.125



Gambar 4.11
Scatterplot Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah 2023

Pada gambar 4.3 dapat dilihat bahwa titik - titik tersebar ke berbagai arah, baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Glejser dilihat dengan cara menghasilkan regresi nilai *absolute* residual terhadap variabel independent lainnya. Hasil dari uji glejser pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Glejser

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,251	1,488		,841	,405
1 Lokasi	,133	,094	,312	1,413	,164
Produk	,145	,084	,380	1,721	,092
Fasilitas	-,050	,106	-,100	-,470	,640
Layanan	-,167	,121	-,330	-1,388	,172

a. Dependent Variable: ABRESID

Hasil Penelitian, Data diolah 2023

Berdasarkan data hasil uji glejser diatas dapat diartikan bahwa didalam analisis regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, menunjukkan nilai signifikansi variabel Lokasi sebesar 0,164, Produk sebesar 0,092, dan Fasilitas sebesar 0,640, Layanan sebesar 0,172. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak ada satu pun variabel independent yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependent nilai ABRESID, hal tersebut dikarenakan nilai probabilitas signifikansinya diatas 0,05 atau 5%.

4.4.4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah didalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara variabel independen dan dependen. Model yang baik adalah model yang tidak saling berkorelasi antara variabel. Masalah autokorelasi disebabkan nilai residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara mengidentifikasi autokorelasi adalah dengan melihat nilai durbin

watson (D-W) tabel.⁸¹ Dasar pengambilan keputusan yaitu:

1. Jika $d < dL$ atau $d > 4-dL$ maka hipotesis nol ditolak, artinya terdapat autokorelasi
2. Jika $dU < d < 4-dU$ maka hipotesis nol diterima, artinya tidak terdapat autokorelasi
3. Jika $dL < d < dU$ atau $4-dU < d < 4-dL$ artinya tidak ada kesimpulan Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.13
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,687 ^a	,472	,425	2,698	1,793

a. Predictors: (Constant), Layanan, Fasilitas , Produk, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan_Umat_Kristiani_Menabung

Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah 2024

Jumlah sampel sebanyak 50 observasi ($n= 50$) dan total variabel independent sebanyak tiga ($k = 4$), maka diperoleh nilai dL dan dU pada tabel Durbin Watson dengan alpha 5% yaitu sebesar dL 1,3779 dan dU 1,7214. Adapun $4-dL$ yang diperoleh yaitu sebesar 2,8073 sedangkan $4-dU$ yang diperoleh sebesar 2,6221 sedangkan angka Durbin Watson yang diperoleh dari tabel di atas sebesar 1,793. Hal ini menunjukkan bahwa model terbebas dari indikasi autokorelasi dengan nilai $1,7214 < 1,793 < 2,6221$.

4.4 Analisis Regresi

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan variabel independent dan

variabel dependent berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai suatu variabel dependent apabila nilai variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,476	2,732		,906	,370
1 Lokasi	,052	,173	,052	,300	,765
Produk	,422	,154	,471	2,735	,009
Fasilitas	,087	,195	,075	,448	,656
Layanan	,201	,222	,169	,908	,369

a. Dependent Variable: Keputusan_Umat_Kristiani_Menabung

Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah 2023

Bedasarkan tabel 4.11 tersebut diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,476 + 0,052 (X1) + 0,422 (X2) + 0,087 (X3) + 0,201 + e$$

1. Dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa besarnya nilai konstanta adalah 2,476 hal ini berarti jika berpengaruh lokasi maka keputusan umat kristiani menabung sebesar 2,476.
2. koefisien regresi lokasi (X1) sebesar 0,052 menyatakan bahwa kenaikan koefisien variabel lokasi (X1) 1 satuan akan menyebabkan keputusan umat kristiani menabung sebesar 0,052.
3. koefisien regresi produk (X2) sebesar 0,087 menyatakan bahwa kenaikan koefisien variabel produk (X2) 1 satuan akan

menyebabkan keputusan umat kristiani menabung sebesar 0,087.

4. koefisien regresi fasilitas (X3) sebesar 0,022 menyatakan bahwa kenaikan koefisien variabel fasilitas (X3) 1 satuan akan menyebabkan keputusan umat kristiani menabung sebesar 0,022.
5. koefisien regresi layanan (X4) sebesar 0,201 menyatakan bahwa kenaikan koefisien variabel layanan (X4) 1 satuan akan menyebabkan keputusan umat kristiani menabung sebesar 0,201.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Namun penggunaan koefisien determinasi R² memiliki kelemahan yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Setiap tambahan satu variabel maka dapat meningkatkan R² tidak peduli apakah variable tersebut dapat berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu disarankan untuk menggunakan nilai Adjusted R².⁶⁴

Tabel 4.15
Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,687 ^a	,472	,425	2,698

a. Predictors: (Constant), Layanan, Fasilitas , Produk, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan_Umat_Kristiani_Menabung

Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah 2023

Data di atas pada Tabel 4.12 menunjukkan nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,425 hal ini berarti bahwa variasi nilai keputusan umat kristiani menabung dipengaruhi oleh peran dari variasi nilai lokasi, produk, fasilitas dan layanan sebesar 42,5%, sementara 57,5% adalah kontribusi variabel lain yang tidak termasuk dalam model ini.

⁶⁴ Suharismi arikunto, "prosedur penelitian, h.170.

4.5.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F adalah cara untuk menguji hipotesis nol yang melibatkan lebih dari satu koefisien. Cara kerjanya dengan menentukan apakah kecocokan dari suatu persamaan regresi secara signifikan dengan membatasi persamaan tersebut untuk memenuhi hipotesis nol. Uji F dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan analisis (α) = 5%. Derajat kebebasan pembilang $df_1=(k-1)$ dan derajat kebebasan penyebut $df_2=(n-k)$, k adalah jumlah parameter (koefisien) model regresi linier dan n adalah jumlah pengamatan. Dasar pengambilan keputusan tentang uji-f adalah sebagai berikut:⁶⁵

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi < 0.05 , maka menerima H_a dan menolak H_0 yang berarti bahwa variabel independen yang terdiri dari lokasi, produk, fasilitas, layanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan umat kristiani menabung pada Bank Syariah Indonesia Kota Langsa.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi > 0.05 , maka menolak H_a dan menerima H_0 artinya bahwa variabel independen yang terdiri dari lokasi, produk, fasilitas, layanan dan daya tarik tidak berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan umat kristiani menabung pada Bank Syariah Indonesia Kota Langsa.

⁶⁵ *Ibid*

Tabel 4.16
Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	292,940	4	73,235	10,062	,000 ^b
	Residual	327,540	45	7,279		
	Total	620,480	49			

a. Dependent Variable: Keputusan_Umat_Kristiani_Menabung

b. Predictors: (Constant), Layanan, Fasilitas, Produk, Lokasi

Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis H5 diterima, hal ini berarti bahwa, lokasi, produk, fasilitas dan layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan umat kristiani menabung pada Bank Syariah Indonesia Kota Langsa. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada level 5% ($10,062 > 2,56$) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

4.5.3 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji-t adalah salah satu jenis uji statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen yang secara individual dapat menjelaskan variabel dependen. Uji-t dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan analitis (α) sebesar 5%. Derajat kebebasan yang digunakan adalah $dfl = n - k$. Tingkat aktual inilah yang akan digunakan untuk mengetahui kebenaran hipotesis. Dasar pengambilan keputusan tentang uji-t adalah sebagai berikut:⁶⁶

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka menerima H_a ,

⁶⁶ *Ibid*

dan menolak H_0 artinya bahwa variabel independen yang terdiri dari lokasi, produk, fasilitas, layanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Umat Kristiani Menabung pada Bank Syariah Kota Langsa.

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka menolak H_a dan menerima H_0 artinya bahwa variabel independen yang terdiri dari lokasi, produk, fasilitas, layanan tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Umat Kristiani Menabung pada Bank Syariah Kota Langsa.

Tabel 4.17
Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	2,476	2,732			
1	Lokasi	,052	,173	,052	,300	,765
	Produk	,422	,154	,471	2,735	,009
	Fasilitas	,087	,195	,075	,448	,656
	Layanan	,201	,222	,169	,908	,369

a. Dependent Variable: Keputusan_Umat_Kristiani_Menabung
Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.17 dapat diketahui bahwa variabel penelitian ini yaitu Lokasi (X1), produk (X2), fasilitas (X3), layanan (X4), keputusan umat kristiani menabung(Y). Nilai sementara jumlah sampel atau $N= 50$, maka $N-1$ ($50 - 1 = 49$), Berikut hasil pengujian dari uji t:

1. Pengaruh Lokasi(X1) terhadap Keputusan Umat Kristiani Menabung (Y)

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis Ho1 diterima, hal ini berarti bahwa lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan umat kristiani menabung. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai thitung $>$ ttabel pada level 5% ($0,300 < 2.01410$) dan nilai signifikan sebesar $0,765 > 0,05$.

2. Pengaruh Produk (X2) terhadap Keputusan Umat Kristiani Menabung (Y)

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis Ha2 diterima, hal ini berarti bahwa produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan umat kristiani menabung. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai thitung $>$ ttabel pada level 5% ($2,735 > 2.01410$) dan nilai signifikan sebesar $0,009 < 0,05$.

3. Pengaruh Fasilitas (X3) terhadap Keputusan Umat Kristiani Menabung (Y)

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis Ho3 diterima, hal ini berarti bahwa fasilitas secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan umat kristiani menabung. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai thitung $>$ ttabel pada level 5% ($0,448 < 2.01410$) dan nilai signifikan sebesar $0,656 > 0,05$.

4. Pengaruh Layanan (X4) terhadap Keputusan Umat Kristiani Menabung (Y)

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis Ho4 diterima, hal ini berarti bahwa layanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap erimakeputusan umat kristiani menabung. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai thitung $>$ ttabel pada level 5% ($0,908 < 2.01410$) dan nilai signifikan sebesar $0,369 > 0,05$.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bagian ini akan menjelaskan hasil pengujian hipotesis yang telah disusun dengan tujuan mendapatkan jawaban terhadap hipotesis dan dikaitkan dengan teori dan bukti empiris dari penelitian sebelumnya. Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan, dapat disampaikan hal-hal sebagai berikut:

4.6.1 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Umat Kristiani Menabung

Berdasarkan tabel Coefficients di atas diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel Lokasi (X1) adalah sebesar 0,765. Karena nilai Sig $0,765 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 atau hipotesis pertama di terima. Artinya tidak ada pengaruh Lokasi (X1) terhadap Minat Umat Kristiani Menabung. Diketahui nilai t_{hitung} variabel Lokasi adalah sebesar 0,300. Karena nilai t_{hitung} $0,300 < 2,0369$, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 atau hipotesis pertama ditolak. Artinya tidak ada pengaruh Lokasi (X1) terhadap Keputusan Umat Kristiani Menabung (Y).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nauval Rizkian ini terdapat 2 (dua) variabel X lokasi dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi variabel Y yaitu keputusan nasabah untuk menabung. Hasil analisis menunjukkan (1) variabel lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap variabel Y keputusan nasabah untuk menabung. (2) variabel lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel Y keputusan nasabah untuk menabung. Kesimpulan penelitian ini adalah faktor lokasi dan kualitas pelayanan

mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah KCP Darussalam. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung.⁶⁷

⁶⁷ Rizkyan, Nauval. *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung Di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam*. Diss. UIN Ar-Raniry, 2021.

4.6.2 Pengaruh Produk terhadap Keputusan Umat Kristiani Menabung

Berdasarkan tabel Coefficients di atas diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel Produk (X2) adalah sebesar 0,009. Karena nilai Sig $0,009 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Ha2 atau hipotesis kedua di terima. Artinya tidak ada pengaruh Produk (X2) terhadap Minat Umat Kristiani Menabung. Diketahui nilai t_{hitung} variabel produk adalah sebesar 2,735. Karena nilai t_{hitung} $2,735 < 2.0369$, maka dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua ditolak. Artinya tidak ada pengaruh Produk(X2) terhadap Keputusan Umat Kristiani Menabung(Y).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Endang Sriwahyuni dapat disimpulkan: 1) Lokasi berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ngawi. 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ngawi. 3) Berdasarkan uji F lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ngawi. Pengaruh *E-Marketing*, Aksesibilitas, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Keputusan Wisatawan Berkunjung.

4.6.3 Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Umat Kristiani Menabung

Berdasarkan tabel Coefficients di atas diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel Fasilitas (X3) adalah sebesar 0,656. Karena nilai Sig $0,656 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H3 atau hipotesis kedua ditolak. Artinya tidak ada pengaruh Fasilitas (X3) terhadap Minat Umat Kristiani Menabung. Diketahui nilai t_{hitung} variabel Fasilitas adalah sebesar 0,448. Karena nilai t_{hitung} $0,448 < 2.0369$, maka dapat disimpulkan bahwa H3 atau hipotesis ketiga ditolak. Artinya tidak ada pengaruh Fasilitas (X3) terhadap Keputusan Umat Kristiani Menabung(Y).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh *Rauzah Yusu* analisis menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan bagi hasil tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung pada Bank Aceh Syariah Kota Langsa sedangkan untuk variabel pengetahuan produk mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.⁶⁸

⁶⁸ Yusuf, Rauzah, et al. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bagi Hasil & Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Aceh Syariah Kota Langsa." *Jurnal Serambi Akademica* 11.1 (2023): 68-77.

4.6.4 Pengaruh Layanan terhadap Keputusan Umat Kristiani Menabung

Berdasarkan tabel Coefficients di atas diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel Layanan (X4) adalah sebesar 0,369. Karena nilai Sig $0,369 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H4 atau hipotesis keempat di tolak. Artinya tidak ada pengaruh Layanan (X4) terhadap Minat Umat Kristiani Menabung. Diketahui nilai t_{hitung} variabel Layanan adalah sebesar 0,908. Karena nilai t_{hitung} $0,908 < 2.0369$, maka dapat disimpulkan bahwa Ho4 atau hipotesis keempat diterima. Artinya tidak ada pengaruh Layanan (X4) terhadap Keputusan Umat Kristiani Menabung(Y).

Hasil dari penelitian yang dikukan oleh Alfi Kubar ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, promosi, Produk dan Religius baik secara parsial maupun secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat menabung nasabah non muslim, yaitu diperoleh nilai $< 0,05$ (H0 ditolak dan H1 diterima). Sehingga dapat diartikan bahwa variabel lokasi, promosi, produk dan religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hasil koefisien regresi Beta (B) menunjukkan bahwa variabel Lokasi memiliki pengaruh yang paling dominan dengan nilai Beta mendekati angka 1 yang artinya semakin erat hubungannya yaitu sebesar 0,315, variabel religius stimuli sebesar 0,284, Produk 0,271, dan variabel promosi paling rendah mendekati angka 0 dengan nilai 0,209. Dari hasil uji koefisien determinasi (R Square), jika dilihat dari ringkasan output model summary bahwa R Square adalah 0,997 atau sama dengan 99,7%.

Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi, promosi, produk, dan religius stimuli berpengaruh terhadap minat menabung sebesar 99,7%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini.

4.6.5 Pengaruh Lokasi, Produk, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Keputusan Keputusan Umat Kristiani Menabung

Berdasarkan hasil regres diatas dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis H4 diterima, hal ini berarti bahwa, lokasi, produk, fasilitas dan layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan umat kristiani menabung pada Bank Syariah Indonesia Kota Langsa. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ pada level 5% ($10,062 > 2,56$) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis H_{o1} ditolak, hal ini berarti bahwa lokasi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan umat kristiani menabung. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada level 5% ($0,300 < 2.01410$) dan nilai signifikan sebesar $0,765 > 0,05$.
2. Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis H_{a2} diterima, hal ini berarti bahwa produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan umat kristiani menabung. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada level 5% ($2,735 > 2.01410$) dan nilai signifikan sebesar $0,009 < 0,05$.
3. Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis H_{o3} ditolak, hal ini berarti bahwa fasilitas secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan umat kristiani menabung. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada level 5% ($0,448 < 2.01410$) dan nilai signifikan sebesar $0,656 > 0,05$.
4. Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis H_{o4} ditolak, hal ini berarti bahwa layanan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan umat kristiani menabung. Hal tersebut

ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada level 5% ($0,908 < 2.01410$) dan nilai signifikan sebesar $0,369 > 0,05$.

5.2 Saran

1. Bagi Perbankan Syariah agar menjaga lebih baik lagi dari segi lokasi bank, fasilitas yang diberikan dan layanan kepada nasabah sehingga dapat terus meningkatkan minat menabung bagi nasabah.
2. bagi peneliti diharapkan Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan pengetahuan dan pengalaman penelitian serta menguji kemampuan analisis masalah berdasarkan teori yang pernah didapat, khususnya yang berhubungan dengan Perbankan syariah melalui minat menabung nasabah.