



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SDM TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA PT. BPRS CARANA
KIAT ANDALAS CABANG PADANG PANJANG**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar*

OLEH :

**RIA AMELIA
NIM. 14 202 139**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BATUSANGKAR
1440 H /2019 M**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ria Amelia
NIM : 14 202 139
Jurusan : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul:
**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SDM TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA PT. BPRS CARANA
KIAT ANDALAS CABANG PADANG PANJANG”** adalah hasil karya
saya sendiri, bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai
plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang
berlaku.

Batusangkar, 10 Januari 2019

Yang membuat pernyataan



RIA AMELIA
NIM. 14 202 139

PERSETUJUAN PEMBIMBING

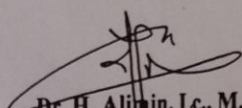
Pembimbing SKRIPSI atas nama RIA AMELIA, NIM: 14 202 139, dengan judul: "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SDM TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA PT. BPRS CARANA KIAT ANDALAS CABANG PADANG PANJANG" memandang bahwa SKRIPSI yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dapat dilanjutkan ke sidang *Munaqasyah*.

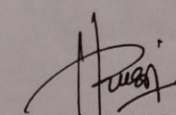
Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 10 Januari 2019

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Alimin, Lc., M.Ag
NIP. 19720505 200212 1 004


Husni Shabri, M. Si

Mengetahui.


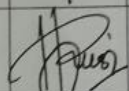
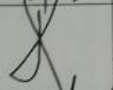
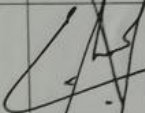
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Batusangkar



Dr. Uya Atsani, SH., M.Hum
NIP. 19750303 199903 1 004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama RIA AMELIA, NIM 14 202 139, judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SDM TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA PT. BPRS CARANA KIAT ANDALAS CABANG PADANG PANJANG", telah diujikan dalam ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar pada hari Senin Tanggal 11 Februari 2019 demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. H. Alimin, Lc., M.Ag NIP. 19720505 200212 1 004	Ketua		22/02-2019
2	Husni Shabri, M. Si NIP.	Sekretaris		27/02 2019
3	Drs. H. Hafulyon, MM NIP. 19570301 198303 1 002	Anggota		27/12-2018
4	Elfadhli, SE. I., M.Si NIP. 19820617 200710 1 002	Anggota		26/2-2019

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Batusangkar



Dr. Ulya Atsani, SH., M.Hum
NIP. 19750303 199903 1 004

ABSTRAK

RIA AMELIA, NIM 14 202 139 Judul Skripsi “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SDM TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA PT. BPRS CARANA KIAT ANDALAS CABANG PADANG PANJANG**”. Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan sumber daya manusia terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang. Penelitian ini adalah *Field research* atau penelitian lapangan yang dilakukan di PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang dengan menggunakan metode *deskriptif kuantitatif*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang, sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang. Secara bersamaan kualitas pelayanan dan sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang. Dikarenakan determinasi r^2 yaitu sebesar 11,7% keputusan nasabah menabung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan sumber daya manusia dan 88,3% dipengaruhi oleh faktor lain dan kemudahan dalam mendapatkan produk dan jasa tersebut.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Sumber Daya Manusia dan Keputusan Nasabah BPRS Carana Kiat Andalas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian dan Luaran penelitian	9
G. Definisi Operasional	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. Kualitas Pelayanan.....	11
2. Sumber daya manusia	20
3. Keputusan Nasabah.....	25
B. Penelitian yang Relevan	32
C. Kerangka Pemikiran	34
D. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Latar dan Waktu Penelitian	36
C. Sumber Data	37
D. Populasi dan Sampel.....	37

E. Instrumen Penelitian	38
F. Teknik Pengumpulan Data	44
G. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Profil PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang	50
1. Sejarah PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang..	50
2. Visi dan Misi.....	52
3. Konsep PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang..	53
4. Usaha, Fasilitas, dan Produk PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.....	53
5. Produk-produk PT. BPRS Carana Kiat Andalas	54
6. Struktur Organisasi PT, BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.....	56
B. Pengujian Instrumen Data	60
1. Uji Validasi	60
2. Uji Reliabilitas	65
C. Analisis Data.....	66
1. Asumsi Klasik.....	66
2. Koefisien Determinasi (R^2).....	71
3. Uji T.....	71
4. Uji F.....	73
5. Analisis Regresi Linear Berganda	74
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Implikasi	77
C. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah PT BPRS Carana Kiat Andalas Cab. Padang Panjang Tahun 2010-2017.....	7
Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian	36
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i> Penilaian Keputusan Nasabah menabung.....	39
Tabel 3. 3 Pengujian Validasi Kualitas Pelayanan.....	40
Tabel 3. 4 Pengujian Validasi Kualitas Pelayanan.....	40
Tabel 3. 5 Pengujian Validasi Kualitas Pelayanan.....	41
Tabel 3. 6 Pengujian Validasi Kualitas Pelayanan.....	41
Tabel 3. 7 Pengujian Validasi Kualitas Pelayanan.....	42
Tabel 3. 8 Pengujian Validasi Sumber Daya Manusia.....	42
Tabel 3. 9 Ujian Validasi Keputusan	43
Tabel 3. 10 Uji Reabilitas.....	44
Tabel 4. 1 Pengujian Validasi <i>Tangible</i>	61
Tabel 4. 2 Pengujian Validasi <i>Reability</i>	61
Tabel 4. 3 Pengujian Validasi <i>Responsivennes</i>	62
Tabel 4. 4 Pengujian Validasi <i>Assurance</i>	63
Tabel 4. 5 Pengujian Validasi <i>Empathy</i>	63
Tabel 4. 6 Pengujian Validasi Sumber Daya Manusia.....	64
Tabel 4. 7 Pengujian Validasi Keputusan Nasabah	65
Tabel 4. 8 Uji <i>Reabilitas</i>	66
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 10 Uji Autokorelasi.....	69
Tabel 4. 11 Uji T	72
Tabel 4. 12 Uji F	73
Tabel 4. 13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	34
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang.....	59
Gambar 4. 2 Histogram Dependent Variabel Y	67
Gambar 4. 3 Normal P-Plot Of Regression Standardized Residual.....	67
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas.....	70
Gambar 4. 5 Uji Determinasi (R^2).....	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang RI No.10 Tahun 1998 Pasal 1 ayat 2 tentang perbankan, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2008: 11).

Dalam praktiknya bank dibagi dalam beberapa jenis, baik dari segi cara fungsinya maupun prinsip operasionalnya. Jika ditinjau dari segi fungsinya, Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998, jenis perbankan terdiri dari Bank umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Bank Umum merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan BPR adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah. Sedangkan dilihat dari segi prinsip operasionalnya, bank dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu bank konvensional dan bank syariah (Kasmir, 2008: 34).

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya menghimpun dana dan memberi pembiayaan, serta memberi jasa-jasa lainnya dan lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang beroperasi sesuai dengan syariat islam (Muhammad, 2002: 62). Adapun kegiatan utama suatu bank adalah menghimpun dana dari masyarakat melalui simpanan dalam bentuk tabungan, deposito berjangka, giro dan kemudian menyalurkan kembali yang dihimpun tersebut kepada masyarakat umum dalam bentuk kredit (Martono, 2002: 24).

Berdirinya bank umum syariah memberikan alternatif pilihan bagi masyarakat muslim di Indonesia dalam memanfaatkan jasa perbankan. Meskipun demikian layanan bank-bank tersebut belum bisa

mengakomodir seluruh lapisan masyarakat, terkait dengan kebijakan masing-masing bank dan pangsa pasar yang ingin mereka dapatkan. disebabkan oleh itu, maka keberadaan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) dapat menjadi sarana bagi masyarakat untuk memanfaatkan layanan mikro perbankan syariah.

Di samping memberikan layanan dan kepercayaan yang baik, perusahaan dalam mengembangkan usahanya terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah suatu Perusahaan dan yang menjadi acuan untuk mempertahankan usahanya dan sebagai strategi untuk bersaing, yaitu kualitas Pelayanan, kualitas sumber daya manusia, produk, Promosi, dan Bagi Hasil (Kotler, 2008: 34).

Kualitas Pelayanan adalah sikap/cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan. Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampainya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tho'in (2011) bahwa kualitas pelayanan lebih menitik-beratkan pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja karyawan baik internal maupun eksternal.

Kualitas, dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan, karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen. Secara umum dikatakan bahwa kualitas adalah karakteristik produk/ jasa, yang ditentukan oleh pemakai dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan. Menurut Swastha (2002:158) agar konsumen dapat memutuskan terhadap suatu produk atau jasa salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Pelayanan yang berkualitas tinggi menimbulkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi pula. Kualitas layanan diwujudkan

melalui pemenuhan dan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan, penyampaian dan mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Tjiptono, 2012: 122).

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan kembali melakukan transaksi serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan transaksi di tempat yang sama.

Oleh Karena itu bank/perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan nasabah) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan . Pelayanan yang berkualitas dapat tercipta apabila suatu bank/perusahaan benar-benar memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang penilaian lembaga saja, tapi juga harus dipandang dari sudut penilaian nasabahnya. Oleh karena itu, pelayanan yang diberikan oleh PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang tidak lepas dari dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari : Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*). Dimensi kualitas pelayanan inilah yang sering digunakan oleh Bank dalam meningkatkan tingkat pelayanan nasabahnya. Seperti halnya PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang, dalam menilai tingkat pelayanan yang diberikan kepada nasabah mengacu pada dimensi kualitas pelayanan dan sumber daya manusia.

Sumber Daya Manusia adalah pegawai yang siap dan siaga dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi. Hal tersebut dikemukakan oleh

Werther dan davis dalam Sutrisno Edy (2012:4). Sumber daya manusia atau SDM merupakan kemampuan terpadu dari daya pikir serta daya fisik yang dimiliki individu (Hasibuan, 2013: 57). Sehingga, kemampuan SDM tidak dapat dilihat dari satu sisi saja, namun harus mencakup secara keseluruhan dari daya pikir serta daya fisik seseorang tersebut.

Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi sumber daya manusia merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, serta karakteristik kepribadian yang mempengaruhi langsung terhadap kinerja yang dilakukan serta dapat mencapai tujuan yang dicita-citakan.

Pelayanan dan SDM adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Oleh karenanya, apakah pelayanan dan SDM yang dilakukan di PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang padang panjang dapat terlaksana dengan baik dalam bidang manapun, seperti pada saat melakukan pelayanan melayani nasabah yang menabung atau yang akan menabung, walaupun itu termasuk hal kecil, tetapi sangat berpengaruh bagi pihak yang bersangkutan untuk menentukan pelayanan yang akan diberikan dapat benar-benar memuaskan nasabah atau tidak .

Untuk membangun tingkat kepercayaan kepada nasabah dalam rangka memberikan keyakinan terhadap produk yang akan ditawarkannya kepada calon nasabahnya, maka pihak perbankan berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik dengan maksud untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada calon nasabah maupun nasabah yang sudah ada. Keputusan nasabah dalam memilih atau tidak memilih bank syariah dipengaruhi oleh variabel pelayanan dan kepercayaan yang diberikan oleh bank tersebut.

Keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Hasil pemutusan suatu ketetapan yang dipilih berdasarkan beberapa alternatif (Sutisna, 2003: 15). Keputusan juga dapat diartikan untuk memutuskan suatu kesimpulan. Sedangkan keputusan konsumen atau nasabah adalah

hal sesuatu yang diputuskan konsumen atau nasabah untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa, atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan. yaitu keputusan konsumen untuk menjadi nasabah atau tidak pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang. Sedangkan keputusan nasabah menurut Kotler dan Keller (2010: 184) adalah proses psikologis dasar yang memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan untuk menabung atau melakukan pembelian.

PT BPRS carana kiat andalas cabang padang panjang yang merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang menjalankan kegiatannya dengan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan dan bentuk lain yang dipersamakan dengan itu. Dan PT BPRS carana kiat andalas cabang padang panjang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan tabungan yang sering digunakan oleh PT BPRS carana kiat andalas cabang padang panjang dalam menghimpun dananya adalah Tabungan *Wadi'ah*.

Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Untuk itu dari pihak bank syariah harus dapat membaca peluang ini serta dapat segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan nasabah. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh bank syariah adalah dengan membenahi pelayanan dan sumber daya manusianya demi menarik perhatian nasabah. Bentuk pelayanan berupa kecepatan, tepat, sopan, dan ramah akan membuat nasabah nyaman serta membentuk kepercayaan terhadap bank tersebut, bahkan akan merekomendasikan kepada calon-calon nasabah lainnya.

Selanjutnya lokasi yang strategis juga menjadi pertimbangan bagi nasabah dalam memilih jasa bank. Lokasi yang terjangkau, teknologi dan gedung yang memadai dianggap akan memudahkan nasabah dalam proses

transaksi. pada akhirnya pemahaman tentang perilaku konsumen dalam keputusan membeli sangat penting bagi pihak penjual. Demikian halnya jual-beli di bidang jasa seperti perbankan syariah, penting bagi bank syariah sebagai pihak penjual untuk memahami perilaku calon nasabah sebagai strategi pemasarannya.

Untuk meningkatkan nasabah suatu bank, bank tersebut haruslah dapat memberikan pelayanan yang memuaskan dan sumber daya manusia yang berkualitas agar para nasabahnya memiliki pemahaman yang bagus terhadap produk-produk yang ditawarkan yang dapat memberi pengaruh terhadap nasabah tersebut dalam mengambil keputusan menabung atau tidak pada bank syariah tersebut, dan berdasarkan Survey awal yang penulis lakukan pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cab Padang Panjang yang beralamat di Jalan Imam Bonjol, Balai-Balai, Padang Panjang Barat, kota Padang Panjang, Sumatra Barat, telah berjalan operasionalnya sesuai konteks perbankan syariah. Namun berdasarkan hasil wawancara pada observasi awal tersebut banyak nasabah yang mengeluh dan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan bank tersebut dengan alasan berbedanya pelayanan yang diberikan oleh karyawan lama dan karyawan baru pada bank tersebut. (Wawancara dengan Nasabah Tabungan pada 23 Juni 2018).

Namun nasabahnya tetap meningkat, sebagaimana yang terdapat pada tabel berikut :

Tabel 1. 1
Jumlah Nasabah PT BPRS Carana Kiat Andalas Cab. Padang
Panjang Tahun 2010-2017

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase (%) Kenaikan	Nominal
2010	2.220	0	0
2011	2.914	31,27 %	Rp. 1.513.809.953
2012	3.295	9,20 %	Rp.10.298.432.426,10
2013	3.598	8,43 %	Rp. 8.861.820.598,05
2014	3.901	3,74 %	Rp.10.768.928.324,63
2015	4.047	4,92 %	Rp.11.486.024.893.63
2016	4.246	3,14 %	Rp. 1.418.438.872,09
2017	4.428	4,32 %	Rp. 1.791.688.992,18

Sumber: Dokumen PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang

Dari tabel di atas terlihat bahwa jumlah nasabah dari tahun ke tahun meningkat mulai dari 2.220 nasabah, 2.914 nasabah, 3.295 nasabah, 3.598 nasabah, 3.901 nasabah, 4.047 nasabah, 4.246 nasabah, dan terakhir 4.428 nasabah. Namun pada jumlah nominalnya tiap tahun bank ini mengalami kenaikan dan penurunan seperti pada tahun 2011 nominalnya sebesar Rp. 1.513.809.953, tahun 2012 sebesar Rp. 10.298.432.426,10, tahun 2013 sebesar Rp. 8.861.820.598,05, tahun 2014 sebesar Rp. 10.768.928.324,63, tahun 2015 sebesar Rp. 11.486.024.893,63, tahun 2016 sebesar Rp. 1.418.438.872,09, dan pada tahun 2017 sebesar Rp. 1.791.688.992,18.

Dari data diatas dan hasil wawancara tersebut, yang menjadikan penulis tertarik membahas yaitu, Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sumber Daya Manusia terhadap keputusan nasabah untuk menabung

pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cab. Padang Panjang. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian yang membahas tentang: “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan SDM Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang**”.

B. Identifikasi Masalah

1. Kurang Maksimalnya Pelayanan yang diterima nasabah pengguna jasa tabungan yang menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cab Padang Panjang.
2. Sumber Daya Manusia yang bekerja di industry perbankan syariah tidak memiliki pengalaman akademis di bidang *Islamic Banking*.
3. Kurang lengkapnya fasilitas fisik PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cab Padang Panjang.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah: “Pengaruh kualitas pelayanan dan sumber daya manusia terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang penulis buat diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang?
2. Seberapa besar Pengaruh Sumber Daya Manusia Terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang?

3. Seberapa besar Pengaruh kualitas pelayanan dan Sumber Daya Manusia terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk Menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang
2. Untuk Menjelaskan pengaruh sumber daya manusia terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang
3. Untuk Menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan sumber daya manusia terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang?

F. Manfaat Penelitian dan Luaran penelitian

1. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Akademis

Dapat digunakan untuk memperkaya ilmu penulis dan memperluas *khazanah* ilmu pengetahuan serta sebagai literatur yang dapat digunakan mahasiswa dan peneliti selanjutnya, guna pengembangan ilmu perbankan syariah khususnya dalam kualitas pelayanan *frontliner* terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

- b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh Bank Syariah khususnya Bank Syariah PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang sebagai salah satu dasar untuk melihat kualitas pelayanan *frontliner* terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank tersebut, dan juga dapat di jadikan sebagai bahan evaluasi yang nantinya dapat memperbaiki kinerja perusahaan agar menjadi semakin lebih baik kedepannya.

2. Luaran penelitian

Adapun luaran penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar dapat diterbitkan pada jurnal ilmiah dan bisa menambah *khazanah* perpustakaan IAIN Batusangkar.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada penulis tentang bagaimana cara mengukur variabel. Adapun variabel dari penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Sumber Daya Manusia dan Keputusan Nasabah. Untuk lebih jelasnya dapat penulis rincikan sebagai berikut :

Kualitas Pelayanan adalah setiap kegiatan yang ditunjukkan untuk memberikan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Kasmir, 2004: 294). Sedangkan menurut penulis kualitas pelayanan adalah bentuk pengadaan pelayanan yang bisa membuat nasabah merasa puas dan bisa dinikmati langsung oleh nasabah tersebut.

Sumber Daya Manusia adalah kemampuan untuk berbuat sesuatu, dan memanfaatkan kesempatan yang ada, dan kemampuan untuk bisa membebaskan diri dari kesulitan yang dialami (Utama, 2012: 5). Menurut penulis sumber daya manusia adalah kemampuan manusia baik pemikiran maupun tindakan yang dapat digunakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Keputusan Nasabah adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah, seperti memilih produk dengan pertimbangan berdasarkan informasi yang disampaikan (Ismail 2013: 12). Sedangkan menurut penulis keputusan nasabah adalah tindakan akhir yang di ambil oleh nasabah dalam memilih atau memutuskan sesuatu.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Sehubungan dengan kontak personal yang sangat penting dalam menentukan kualitas pelayanan, setiap perusahaan memerlukan *service excellence* atau pelayanan unggul, yaitu suatu sikap/cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan. Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampainya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono 2008: 59).

Sedangkan menurut Goetch and Davis yang dikutip oleh menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah penyampaian secara *excellence/superior* dibandingkan oleh harapan konsumen (Tjiptono 2008: 51).

Menurut Lovelock dalam mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu (Tjiptono, 2008: 58)

Menurut Kotler (2002: 83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak

mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Menurut Tho'in (2011) bahwa kualitas pelayanan lebih menitik-beratkan pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja karyawan baik internal maupun eksternal.

Kualitas, dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan, karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen. Secara umum dikatakan bahwa kualitas adalah karakteristik produk/ jasa, yang ditentukan oleh pemakai dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan. Menurut Swastha (2002: 158) agar konsumen dapat memutuskan terhadap suatu produk atau jasa salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Umar (2000: 8-9), untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut; (1) *Tangibles* adalah suatu lingkungan fisik di mana jasa disampaikan dan di mana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan komponen-komponen tangibles akan memfasilitasi komunikasi jasa tersebut; (2) *Reliability* atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai

dengan yang dijanjikan; (3) *Responsiveness* atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen; (4) *Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa; (5) *Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*acces*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

b. Pelayanan Menurut Pandangan Islam

Dalam pelayanan, umat Muslim berpedoman kepada sikap rasullullah S.A.W dengan prinsip yang digunakan yaitu :

- 1) Melayani itu ibadah dan karenanya harus ada rasa cinta dan semangat pada setiap tindakan pelayanan.
- 2) Member terlebih dahulu maka akan mendapatkan ROSE (*Return on service Excellent*).
- 3) Mengerti orang terlebih dahulu sebelum ingin dimengerti.

- 4) Bahagiakanlah orang lain terlebih dahulu, maka akan menerima kebahagiaan melebihi dari apa yang diharapkan.
- 5) Menghargai orang lain sebagaimana ingin dihargai.
- 6) Melakukan empati yang sangat mendalam dan tumbuh sinergi.

Orang-orang yang setia meayani dengan sepenuh hati, *service* bukan hanya sekedar kata namun memiliki arti tersendiri yaitu:

S - self awareness and self esteem yaitu menanamkan kesadaran diri bahwa melayani merupakan misi seorang muslim dan karenanya harus selalu menjaga diri sendiri dan orang lain.

E - empathy and enthusiasm yaitu memberikan empati dan melayani dengan penuh gairah, sikap yang penuh antusias akan memberikan efek batin bagi diri dan orang lain yang di layani.

R - Reform and recover yaitu selalu berusaha lebih baik dan memperbaiki dengan cepat setiap ada keluhan atau sesuatu yang bisa merusak pelayanan.

V - Victory and vision yakni memiliki pandangan ke depan untuk melakukan perbaikan dan peningkatan mutu.

I - Impressive and improvement yaitu memberikan pelayanan yang mengesankan dan berusaha selalu untuk mningkatkan perbaikan pelayanan. Rasulullah adalah orang yang selalu menampilkan kepribadian yang sangat menawan dan berkesan bagi siapapun yang berjumpa dengan beliau.

C - Care, cooperativeness, and communication yaitu menunjukkan perhatian yang sangat mendalam dan mengembangkan nilai-nilai yang mampu membuka kerja sama. Menjalin komunikasi sebagai jembatan emas untuk menumbuhkan sinergi dan keterbukaan.

E - Evaluation and empowerment yaitu melakukan penilain, perenungan dan berupaya memberdayakan seluruh asset yang ada.

Pribadi muslim yang seharusnya profesional dan berakhlak akan menjadikan setiap gerakannya adalah pelayanan yang berkualitas sehingga orang yang ada disekitarnya akan merasakan kedamaian (Tasmara, 2002: 100).

c. Bentuk-bentuk Kualitas Pelayanan

a. Bentuk kualitas pelayanan

Pelayanan umum yang dilakukan oleh siapapun, bentuknya tidak terlepas dari hal-hal sebagai berikut:

1) Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan biasanya dilakukan oleh petugas-petugas di bidang Hubungan Masyarakat (Humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada sipapun yang memerlukan, agar supaya layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan.

2) Layanan dengan tulisan

Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah, tetapi juga dari segi peranannya. Pada dasarnya layanan melalui tulisan efisien terutama bagi layanan arak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang harus diperhatikan adalah faktor kecepatan dalam pengolahan maupun dalam proses penyelesaiannya.

3) Layanan berbentuk perbuatan

Pada umumnya layanan dalam bentuk perbuatan 70-80% dilakukan oleh petugas-petugas tingkat menengah dan bawah. Karena itu, factor keahlian dan keterampilan petugas sangat menentukan terhadap hasil perbuatan dan pekerjaan (Moenir, 2008: 115).

d. Manfaat kualitas pelayanan

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi, tuntutan masyarakat terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik semakin dirasakan penting karena masyarakat semakin kritis terhadap produk jasa yang diperolehnya. Kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Kaitannya dengan pelayanan publik, kualitas pelayanan merupakan indikator penting yang dapat menentukan keberhasilan pemenuhan aspek-aspek pelayanan public (Tjiptono, 2008: 76).

Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra menyebutkan bahwa terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh sebuah perusahaan dengan adanya kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Kualitas berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.
- 2) Perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasarnya melalui pemenuhan kualitas yang bersifat *customer-driven*.
- 3) Kualitas dapat mengurangi biaya. Biaya untuk mewujudkan produk berkualitas jauh lebih kecil dibandingkan biaya yang ditimbulkan apabila perusahaan gagal memenuhi standar kualitas.

Berdasarkan penjabaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa manfaat dari kualitas pelayanan adalah untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja organisasi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Tjiptono 2008: 75).

e. Fungsi dan tujuan pelayanan

a. Fungsi Pelayanan

- 1) Melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat
- 2) Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan.

3) Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha.

b. Tujuan Pelayanan

- 1) Memberikan pelayanan yang bermutu tinggi.
- 2) Menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan/konsumen agar segera membeli barang/jasa yang ditawarkan pada saat itu.
- 3) Menumbuhkan kepercayaan pelanggan/konsumen terhadap barang/jasa yang ditawarkan.
- 4) Menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari terhadap produsen/penjual.
- 5) Menciptakan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.
- 6) Menjaga agar pelanggan/konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya
- 7) Mempertahankan pelanggan/konsumen agar tetap setia menggunakan barang/jasa yang ditawarkan. (Nugraheni, 2015: 201)

f. Dimensi kualitas pelayanan

1) Bukti fisik (*Tangible*)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan karyawan, dan sarana komunikasi. Tersedianya fasilitas tersebut akan mendorong penyampaian pelayanan secara maksimal.

2) Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

3) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap. Keluhan yang disampaikan konsumen harus cepat ditanggapi oleh pihak perusahaan, sehingga pengaruh negatif dan keluhan tidak merusak nama baik perusahaan.

4) Jaminan (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko, dan keragu-raguan.

5) Empati (*Empathy*)

Empati meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen (Tjiptono 2006: 51).

g. Unsur-unsur kualitas pelayanan

1) Penampilan

Personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (*resepsionis*) memerlukan persyaratan seperti berpenampilan menarik, badan harus tegap/tidak cacat, tutur bahasa menarik, familiar dalam berperilaku dan penampilan penuh percaya diri.

2) Tepat waktu dan janji

Secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada pelanggan bukan sebaliknya selalu ingkar janji.

3) Kesiediaan Melayani

Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para pelanggan, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada pelanggan.

4) Pengetahuan dan Keahlian

Sebagai syarat untuk melayani dengan baik, petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Di sini petugas pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang diisyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya.

5) Kesopanan dan ramah tamah

Masyarakat pengguna jasa pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan social

rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka petugas pelayanan masyarakat dituntut adanya keramahan tamahan yang standar dalam melayani dengan sabar tidak egois dan santun dalam bertutur kepada pelanggan.

6) Kejujuran dan kepercayaan

Pelayanan ini oleh pengguna jasa dapat dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran ini petugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayan yang dipercaya dari segi sikapnya, dapat dipercaya dari tutur katanya, dapat dipercayakan dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas.

7) Kepastian hukum

Secara sadar bahwa hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum. Bila setiap hasil yang tidak mempunyai kepastian hukum jelas akan mempengaruhi sikap masyarakat.

8) Keterbukaan

Secara pasti bahwa setiap urusan atau kegiatan yang memperlakukan ijin, maka ketentuan keterbukakaan perlu ditegakkan. Keterbukaan itu akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan, kejelasan informasi kepada masyarakat.

9) Efisien

Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntunan masyarakat adalah efisiensi dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta kualitas yang tinggi. Dengan

demikian efisiensi dan efektifitas merupakan tutunan yang harus diwujudkan dan perlu diperhatikan secara serius.

10) Biaya

Pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli msyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

11) Tidak rasial

Pengurusan pelayanan dilarang membeda-bedakan kesukuan, agama, aliran dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata.

12) Kesederhanaan

Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan (Respati, 2015: 46).

2. Sumber daya manusia

a. Pengertian Sumber Daya Manusia

Sember daya manusia merupakan kemampuan untuk berbuat sesuatu, dan memanfaatkan kesempatan yang ada, dan kemampuan untuk bisa membebaskan diri dari kesulitan yang dialami. Manusia dengan dibekali daya cipta, rasa dan karsa akan memiliki kemampuan untuk membebaskan diri dari kesulitan dan berusaha mencari keuntungan pada setiap peluang yang ada disekitarnya. Manusia dengan budaya yang dimiliki dapat menentukan tinggi rendahnya nilai terhadap suatu sumber daya sehingga perlu meningkatkan SDM itu sendiri. (Utama, 2012: 5)

b. Sumber Daya Manusia Menurut Para Ahli

SDM menurut Yusuf Suit-Almasdi (1996; 35) adalah kekuatan daya fikir dan berkarya manusia yang masih tersimpan

dalam dirinya yang perlu digali, dibina serta dikembangkan untuk dimanfaatkan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan kehidupan manusia.

c. Kualifikasi Sumber Daya Insani Pada Bank Syariah

Lembaga keuangan syari'ah khususnya bank syariah adalah lembaga yang cukup unik, sebab didalamnya melibatkan orang-orang yang memiliki kualifikasi dan kompetensi yang bukan saja ahli dalam bidang ekonomi, keuangan dan perbankan namun mereka harus memiliki kualifikasi dan kompetensi syariah. Dua sisi kualifikasi dan kompetensi ini dipadukan secara integral. Oleh karena itu, seorang sumber daya insani bank syariah harus selalu mengembangkan hal tersebut.

Keahlian seseorang dalam bidang keuangan syariah akan terbangun secara baik yang memenuhi kriteria jika ditemukan satu diantara tiga tipe SDM berikut:

- 1) Spesialis ilmu syariah yang memahami ilmu ekonomi (termasuk ahli tipe A) Ahli tipe A diharapkan memberikan kontribusi terhadap aspek normatif dalam area Sistem Ekonomi Islam (Lembaga Keuangan Syariah), dengan menemukan prinsip-prinsip Islam di bidang ekonomi, serta menjawab persoalan-persoalan modern dalam sistem ekonomi (Lembaga Keuangan)
- 2) Spesialis ilmu ekonomi yang mengenal syariah (termasuk ahli tipe B) Ahli tipe B lebih diharapkan dapat melakukan analisis ekonomi positif terhadap operasionalisasi Sistem Ekonomi Islam (Lembaga Keuangan Syariah).
- 3) Mereka yang memiliki keahlian dalam syariah atau ilmu ekonomi (termasuk ahli tipe C) Ahli tipe C inilah yang sebenarnya diharapkan, tetapi bera banyak manusia yang memiliki keahlian ganda, Barangkali jika ada adalah salah satu dalam seribu (Wardani, 2013: 50).

Ketiga ahli tersebut diharapkan selalu mempelajari statement-statement dan presumsi-presumsi positif dalam al-Qur'an dan Sunnah. Disamping itu juga melakukan kegiatan penelitian yang mengungkapkan statement ekonomi (keuangan syariah) yang dilakukan oleh para pemikir muslim sepanjang masa. Ini berarti bahwa pemikir Muslim masa lalu telah menghasilkan pemikiran-pemikiran yang bersifat normatif dan positif

Para ahli ekonomi Islam (lembaga keuangan syariah) mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk merumuskan asas-asas ekonomi guna menyusun kebijakan yang memang dirancang untuk menyelesaikan permasalahan ekonomi yang biasanya sangat kompleks dan menyangkut segi agama (Ndraha, 2012: 35).

Lembaga keuangan syariah harus dikembangkan berdasarkan nilai-nilai syariah dan profesionalitas, maka sumber daya yang mengembangkannya harus dapat menunjukkan nilai-nilai tersebut dalam aktivitas manajerialnya. Jika hal tersebut dapat mewujudkan manajemen ikhsan. Ada tiga kriteria yang harus dipenuhi agar suatu manajemen masuk kategori ikhsan, yaitu:

- 1) Sederhana dalam aturan agar tercipta kemudahan (fokus).
- 2) Kecepatan dalam pelaksanaan, sehingga memudahkan orang yang membutuhkan (*timely*).
- 3) Ditangani oleh orang yang professional.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa profesionalitas merupakan kunci utama dalam pengelolaan lembaga keuangan syariah. Apabila semua kriteria tersebut dipenuhi, insyaallah setiap permasalahan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat akan dapat diselesaikan dengan mudah, cepat dan tepat.

Selain masalah profesionalisme, dalam nilai-nilai ajaran Islam dikenal strategi pengembangan SDM yang berlandaskan pada sifat Nabi SAW yaitu sifat: Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathonah. Dari sifat-sifat Nabi tersebut dapat diturunkan menjadi

acuan dalam pengembangan lembaga keuangan syariah secara baik.

Siddiq berarti benar/jujur, hendaknya dijadikan visi hidup seorang muslim. Hal ini berimplikasi pada efektivitas (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisien (melakukan kegiatan dengan benar baik teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubaziran). Amanah yang berarti dapat dipercaya, harus menjadi misi hidup seorang muslim, bertanggung jawab, dapat dipercaya dan kredibelitas. Fathonah berarti cerdas, cerdik dan bijaksana hendaknya menjadi strategi hidup seorang muslim. Tabligh, berarti menyampaikan. Sifat ini harus menjadi taktik hidup seorang muslim (seorang muslim harus komunikatif, terbuka, transparan). Sifat-sifat Nabi SAW ini hendaknya dijadikan proposisi. (Wardani, 2013: 55)

Relevansi nilai-nilai Siddiq, Tabligh, Amanah dan Fathonah dalam rangka mendukung pengembangan sumber daya manusia di bidang lembaga keuangan syariah, terasa menjadi begitu penting manakala permasalahan yang terjadi di bidang perbankan dewasa ini. Dengan demikian, baik yang konsepsi manajemen modern maupun nilai-nilai yang terkandung dalam konsepsi manajemen Islami, memiliki banyak kesamaan, yaitu hendaknya setiap dikerjakan oleh orang-orang yang memang profesional dalam bidangnya, tanpa kecuali SDM bidang lembaga keuangan syariah. Terlebih lagi, bahwa SDM yang dibutuhkan oleh lembaga keuangan syariah adalah sosok SDM yang memiliki kabilitas dalam bidang ekonomi dipadukan dengan kapabilitas syariah .

Dengan ini dapat dikatakan, bahwa secara ideal lembaga keuangan syari'ah ke depan akan sangat membutuhkan sumber daya manusia yang ihsan, yaitu:

- 1) Bagi pemegang saham/investor

Diperlukan sikap dan perilaku yang fokus dalam memahami dan menetapkan pilihan pada lembaga keuangan syari'ah, termasuk jenis banknya, mengerti akan waktu yang tepat untuk menginvestasikan dan/atau menambah modal dilembaga keuangan syari'ah serta profesional dalam memahami batas-batas baik wewenang dan kewajiban atau tanggung jawabnya sebagai pemilik modal.

2) Bagi pengelola lembaga keuangan syari'ah

Adalah fokus dalam menyesuaikan perkembangan lingkungan dan pasar yang mempengaruhi roda usaha lembaga keuangan syari'ah, menghargai waktu sebagai unsur pelayanan jasa lembaga keuangan syari'ah serta mempunyai kemampuan teknis ke lembaga keuangan syari'ah yang tinggi dan komitmen moral etis dalam menjaga kepentingan stakeholders (Sadli, 2010: 78).

Upaya membangun SDM lembaga keuangan syariah yang ihsan atau SDM Tipe C di masa yang akan datang adalah tugas sangat berat. Tugas ini seharusnya dilakukan bersama, baik oleh pemerintah maupun oleh kalangan profesi para pelaku bisnis lembaga keuangan syariah, serta dunia pendidikan. Dengan demikian, dunia pendidikan harus ikut berperan aktif dan proaktif dalam membentuk dan menyediakan SDM yang berkualifikasi ihsan atau tipe C tersebut.

Lembaga keuangan syariah harus dikembangkan berdasarkan nilai-nilai syariah dan profesionalitas, maka sumber daya yang mengembangkannya harus dapat menunjukkan nilai-nilai tersebut dalam aktivitas manajerialnya. Jika hal tersebut dapat dilakukan maka dapat mewujudkan manajemen ikhsan. Ada tiga kriteria yang harus dipenuhi agar suatu manajemen masuk dalam kategori ikhsan yaitu: pertama sederhana dalam aturan agar tercipta kemudahan (fokus) kedua Kecepatan dalam pelaksanaan sehingga

memudahkan orang yang membutuhkan (*timely*) dan ketiga ditangani oleh orang yang profesional (Utama, 2012: 20).

3. Keputusan Nasabah

a. Keputusan

1) Definisi Keputusan

Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hal atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keluarannya bisa berupa suatu tindakan (Aksi) atau suatu opini terhadap pilihan.

Definisi pengambilan keputusan menurut Para Ahli :

- a) Menurut George R. Terry pengambilan keputusan adalah pemilihan alternative perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternative yang ada.
- b) Menurut Sondang P. Siagian pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternative yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling cepat.
- c) Menurut James A. F. Stoner pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah (Ismail, 2013: 23).

Johannes Supranto mendefinisikan mengambil atau membuat keputusan berarti memilih satu diantara sekian banyak alternatif. Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan merek, penyaluran, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.

Keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa kepada pemilihan suatu jalur tindakan diantara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final, keluarannya bisa berupa suatu tindakan (aksi) atau suatu opini terhadap pilihan (Kotler 2008: 157).

Beberapa proses pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa yang dilakukan perilaku nasabah yaitu :

a) Menganalisis kebutuhan dan keinginan

Pengambilan keputusan oleh nasabah untuk menggunakan suatu jasa ini diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan.

b) Pencarian informasi

Pada tahap ini konsumen melakukan pencarian informasi tentang keberadaan jasa yang diinginkannya. Proses pencarian ini dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan jasa yang diinginkan. Dari berbagai informasi yang diperoleh nasabah akan melakukan seleksi atas alternatif-alternatif yang tersedia.

c) Penilaian dan Seleksi terhadap alternatif

Pada proses seleksi inilah yang disebut sebagai tahap evaluasi informasi. Dengan menggunakan berbagai kriteria yang ada dalam pemikiran nasabah, setelah satu produk yang dipilih untuk digunakan.

d) Keputusan untuk menggunakan jasa

Bagi nasabah yang mempunyai keterlibatan tinggi terhadap jasa yang diinginkan, proses pengambilan keputusan akan mempertimbangkan berbagai hal, diantaranya mengenai harga dan tingkat kebutuhan.

e) Perilaku setelah memutuskan penggunaan jasa

Dengan digunakannya jasa tertentu, proses evaluasi belum berakhir karena nasabah akan melakukan evaluasi pasca penggunaan jasa. Proses evaluasi ini akan menentukan apakah nasabah merasa puas atau tidak puas atas penggunaannya. Seandainya nasabah merasa puas, maka kemungkinan untuk menggunakannya kembali pada masa depan akan terjadi, sementara jika nasabah tidak puas atas keputusan menggunakan jasanya, maka akan mencari kembali berbagai informasi jasa (Sutisna, 2003: 23).

2) Faktor-faktor Yang dapat Mempengaruhi Keputusan

a) Faktor kebudayaan

1. Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dari perilaku seseorang. Bila makhluk lain bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

2. Sub budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: Kelompok Nasionalisme, kelompok Keagamaan, Kelompok Ras dan area geografis.

3. Kelas Sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relative homogeny dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa (Kotler, 2008: 46).

b) Faktor Sosial

1. Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang seorang ingin menjadi anggotanya disebut kelompok aspirasi. Sebuah kelompok diasosiatif (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang nilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu.

2. Keluarga

Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

3. Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status (Kotler, 2008: 49).

c) Faktor-faktor Pribadi

1. Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan dan transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

2. Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok. Kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

3. Keadaan Ekonomi

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

4. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekpresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan”seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungannya.

5. Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelinya. Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responsnya terhadap lingkungan yang relative konsisten.kepribadian merupakan suatu variabel

yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen (Kotler, 2008: 61).

d) Faktor Psikologis

1. Motivasi

Kebutuhan berasal dari keadaan psikologis berkaitan dengan ketegangan seperti rasa haus, lapar, dan tidak senang. Ataupun kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa kepemilikan. Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu.

2. Persepsi

Orang yang termotivasi akan benar-benar bertindak dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi tertentu. Sebagai proses dimana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia. Masukan informasi diterima melalui penglihatan, perasaan, pendengaran, penciuman dan sentuhan. Setiap orang akan memandang situasi dengan cara yang berbeda atas objek yang sama karena tiga proses persepsi, antara lain :

a) Perhatian Selektif

Perhatian Selektif berarti pemasar harus bekerja keras untuk menarik perhatian konsumen. Pesan-pesan mereka akan terbuang pada orang-orang yang tidak berada dalam pasar produk tertentu.

b) Distorsi Selektif

Distorsi selektif adalah kecenderungan orang untuk mengubah informasi kedalam pengertian

pribadi dan menginterpretasikan informasi dengan cara yang akan mendukung pra-konsepsi mereka, bukannya yang akan menentang pra konsepsi tersebut.

c) Ingatan Selektif

Orang cenderung akan melupakan banyak hal yang mereka pelajari, namun cenderung akan mengingat informasi yang menyokong pandangan dan keyakinan mereka. Ingatan selektif menjelaskan mengapa para pemasar menggunakan drama dan pengulangan dalam mengirimkan pesan pada pasar-pasaran mereka.

3. Proses Belajar

Saat orang bertindak, maka mereka itu belajar. Hal tersebut bisa dikatakan proses pembelajaran. Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian perilaku manusia adalah hasil belajar. Ahli teori pembelajaran yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan.

4. Keyakinan dan sikap

Melalui bertindak dan belajar, orang-orang memperoleh keyakinan dan sikap, kedua faktor ini kemudian mempengaruhi perilaku seseorang (Kotler, 2008: 65).

b. Nasabah

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan); pelanggan (KBBIOOnline, p.1). Menurut kamus perbankan, Nasabah adalah

orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank. Pada tahun 1998 melalui Undang –Undang Nomor 10 Tahun 1998 diintroduksilah rumusan masalah nasabah dalam pasal 1 angka 16, yaitu pihak yang menggunakan jasa bank. Rumusan ini kemudian diperinci pada angka berikutnya, sebagai berikut: Nasabah penyimpan dana adalah nasabah yang menempatkan dananya di suatu lembaga keuangan dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian suatu lembaga keuangan dengan nasabah yang bersangkutan. (pasal 1 angka 17 Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998). Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan (Pasal 1 angka 18 Undang-undang Nomor 10 tahun 1998) (Widiyanto, 2006: 30).

B. Penelitian yang Relevan

Adapun mengenai penelitian ini, ada beberapa penelitian dan karya ilmiah yang berkaitan dengan pembahasan yang penulis bahas. Adapun diantaranya:

Penelitian yang ditulis oleh **Nilia Yulita**, Nim 14 202 110, mahasiswi program Studi Perbankan Syariah IAIN Batusangkar tahun 2018 dengan judul skripsi “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada BMT Al-Fataya Payakumbuh*”. Dengan hasil penelitiannya bahwa variabel sarana prasarana (*Tangible*) dan sumber daya manusia (*Responsiveness*) secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Al-Fataya Payakumbuh berdasarkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,916 > 3,09$). Berdasarkan penelitian di atas, dapat dilihat bahwa penelitian yang penulis lakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian sebelumnya meneliti tentang pengaruh sarana prasarana dan sumber daya manusia atau daya tanggap saja, sedangkan pada penelitian ini penulis lebih memfokuskan kepada kualitas

pelayanan beserta dimensinya dan sumber daya manusia yang di gunakan, dan tempat penelitiannya juga berbeda dari penelitian terdahulu.

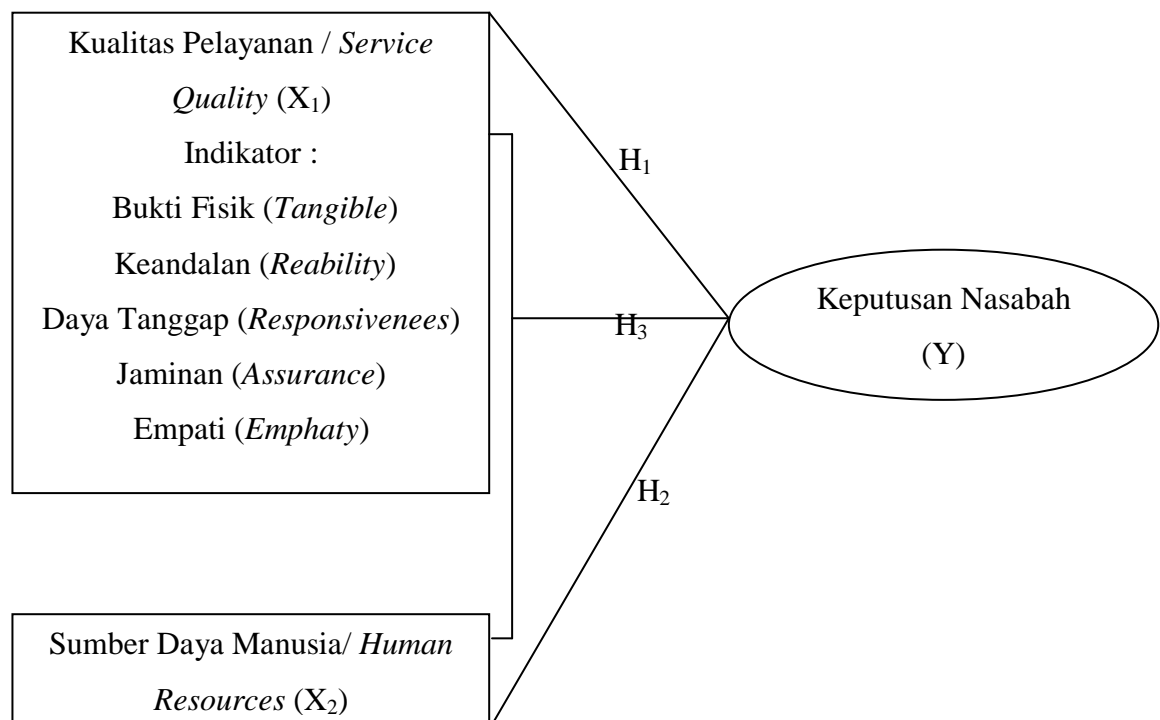
Penelitian yang ditulis oleh **Putri Lestari**, Nim 11 202 051, mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah IAIN Batusangkar tahun 2015 dengan judul skripsi “*Pengaruh Sistem Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Padang*”. Dengan hasil penelitiannya bahwa variabel *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Padang dengan uji determinasi 75% loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel diatas dan 24,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan penelitian diatas, dapat dilihat bahwa penelitian yang penulis lakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian sebelumnya meneliti tentang sistem pelayanan terhadap loyalitas nasabah, pada penelitian ini penulis lebih memfokuskan kepada kualitas pelayanan dan sumber daya manusia terhadap keputusan nasabah menabung dan tempat penelitiannya juga berbeda dari penelitian yang terdahulu.

Penelitian **Prasetyo Adi**, mahasiswa jurusan Ekonomi Islam IAIN Surakarta-SEM Institute Yogyakarta dengan judul “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta*”. Diterbitkan tahun 2008, dengan hasil analisis penelitiannya adalah dengan menggunakan analisis regresi bahwa kualitas pelayanan

dari segi *assurance* dan *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan yaitu penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan penelitian yang penulis lakukan yaitu untuk mencari seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung, dan tempat penelitiannya juga berbeda.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan landasan dalam pelaksanaan suatu penelitian karena memberikan penjelasan secara deskriptif naratif yang menggambarkan keterkaitan antara konsep-konsep kunci yang secara integral merupakan manifestasi dari faktor penelitian.



Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik.

Mengacu pada rumusan masalah, maka dalam hal ini penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

- H₀₁: Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.
- H_{a1} : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.
- H₀₂: Sumber Daya Manusia tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.
- H_{a2} : Sumber Daya Manusia berpengaruh terhadap Keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.
- H₀₃: Kualitas Pelayanan dan Sumber Daya Manusia tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.
- H_{a3} : Kualitas Pelayanan dan Sumber Daya Manusia berpengaruh terhadap Keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field research*. Metode yang penulis gunakan adalah metode dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan di PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan dan SDM terhadap keputusan nasabah menabung di PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang yang berlokasi di Jalan Imam Bonjol, Balai-Balai, Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang, Sumatra Barat. Penelitian ini telah penulis awali dengan survey awal pada bulan April 2018-Desember 2018.

**Tabel 3. 1
Jadwal Kegiatan Penelitian**

No	Uraian	Apl	Mei	Jun	Juli	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
1	Survey awal	√								
2	Pengajuan Proposal		√							
3	Bimbingan Proposal			√	√					
4	Seminar Proposal					√				
5	Revisi						√			
6	Penelitian							√		

No	Uraian	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
7	Bimbingan								√	
8	Munaqasyah									√

C. Sumber Data

1. Sumber data primer yaitu sumber data yang penulis peroleh dari beberapa nasabah PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.
2. Sumber data sekunder yaitu tulisan-tulisan berupa data jumlah nasabah dari tahun 2010-2017 dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan masalah yang penulis teliti.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan individu atau objek penelitian yang memiliki kualitas-kualitas serta cirri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. (Sugiyono, 2007: 67)

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah yang menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang pada tahun 2017 sebanyak 4.428 Nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah sebagai unsur populasi yang dijadikan objek penelitian. Subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi. (Augusty, 2006: 15)

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling*, *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak member peluang/kesempatan sama

bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu teknik *Nonprobability Sampling* yang diambil oleh penulis teknik *Purposeve Sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel (Nsertaoor, 155:2011). Pengambilan sampel dengan tidak member kesempatan yang sama kepada seluruh anggota populasi serta menetapkan tujuan tertentu pada sampelnya. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin :

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir/diinginkan.

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

$$n = \frac{4428}{1 + 4428 \times 0,01}$$

$$n = \frac{4428}{45,28} = 97,79 = 98$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah responden yang akan diteliti sebanyak 98 orang.

E. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sebuah kuesioner dapat berupa formulir, skedul atau instrument pengukuran yang memuat rangkaian pertanyaan untuk mendapatkan informasi dari responden dengan lengkap dan pasti (Supriyanto, 2010: 199).

Dalam pelaksanaan metode ini maka data yang diperoleh akan diolah dan diukur dengan alat ukur yang disebut “*Skala Likert*” yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing butir pertanyaan. Butir pertanyaan disusun dalam bentuk lima skala, yaitu : SS (Sangat Setuju), S (Setuju), RR (Ragu-Ragu), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Penskoran untuk masing-masing pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. 2
Skala *Likert* Penilaian Keputusan Nasabah menabung

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-Ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

(Sumber : Sugiyono, 2013:94)

Sebelum digunakan dalam penelitian yang sesungguhnya angket penelitian akan diuji terlebih dahulu. Uji coba instrument dilakukan untuk mengetahui apakah indtrumrn yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, karena baik buruknya instrumen akan berpengaruh pada benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidanknya hasil penelitian. Baik buruknya instrumen ditunjukkan oleh tingkat kesahihan (*Validasi*) dan Keandalan (*Reability*). Sehingga nantinya dapat diketahui layak tidaknya digunakan untuk penelitian pada nasabah PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang. Uji instrument ini dilakukan pada 30 responden diluar populasi yang dijadikan sampel dalam penelitian sesungguhnya.

1. Uji Validasi dan Uji Reliabilitasi

a. Uji Validasi

Validasi adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevaliditan atau kesahihan sesuatu instrument. Suatu instrumen yang valid dan shahih mempunyai validasi tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validasi rendah. Uji validasi ini dilakukan melalui perbandingan antara nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan didalam angket dinyatakan Valid (Priyatno, 2014: 51). Berikut uji validasi pada 30 orang responden :

Tabel 3. 3
Pengujian Validasi Kualitas Pelayanan
Bukti Fisik (*Tangibles*)

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Tangible1	0.345	0.197	VALID
2	Tangible2	0.605	0.197	VALID
3	Tangible3	0.743	0.197	VALID

Sumber : Olah Data Menggunakan SPSS 22

Pada tabel terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena nilai *person correlation* $> r_{tabel}$. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

Tabel 3. 4
Pengujian Validasi Kualitas Pelayanan
Kehandalan (*Reability*)

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Reability1	0.772	0.197	VALID

2	Reability2	0.743	0.197	VALID
3	Reability3	0.705	0.197	VALID

Sumber : Olah Data Menggunakan SPSS 22

Pada tabel terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena nilai *person correlation* > r_{tabel} . Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

Tabel 3. 5
Pengujian Validasi Kualitas Pelayanan
Ketanggapan (*Responsiveness*)

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Responsiveness1	0.829	0.197	VALID
2	Responsiveness2	0.756	0.197	VALID

Sumber : Olah Data Menggunakan SPSS 22

Pada tabel terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena nilai *person correlation* > r_{tabel} . Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

Tabel 3. 6
Pengujian Validasi Kualitas Pelayanan
Jaminan (*Assurance*)

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Assurance1	0.571	0.197	VALID
2	Assurance2	0.625	0.197	VALID
3	Assurance3	0.669	0.197	VALID

Sumber : Olah Data Menggunakan SPSS 22

Pada tabel terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena nilai *person correlation* > r_{tabel} . Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

Tabel 3. 7
Pengujian Validasi Kualitas Pelayanan
Empati (*Emphaty*)

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Emphaty1	0.853	0.197	VALID
2	Emphaty2	0.621	0.197	VALID
3	Emphaty3	0.880	0.197	VALID

Sumber : Olah Data Menggunakan SPSS 22

Pada tabel terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena nilai *person correlation* > r_{tabel} . Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

Tabel 3. 8
Pengujian Validasi Sumber Daya Manusia

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	SDM1	0.691	0.197	VALID
2	SDM2	0.657	0.197	VALID
3	SDM3	0.363	0.197	VALID
4	SDM4	0.504	0.197	VALID
5	SDM5	0.550	0.197	VALID

Sumber : Olah Data Menggunakan SPSS 22

Pada tabel terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena nilai *person correlation* > r_{tabel} . Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

Tabel 3.9
Ujian Validasi Keputusan

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Keputusan1	0.319	0.197	VALID
2	Keputusan2	0.390	0.197	VALID
3	Keputusan3	0.334	0.197	VALID
4	Keputusan4	0.491	0.197	VALID
5	Keputusan5	0.794	0.197	VALID

Sumber : *Olah Data Menggunakan SPSS 22*

pada tabel diatas dapat terlihat bahwa 5 item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur keputusan nasabah valid. Hal ini disebabkan karena masing-masing pertanyaan yang valid menghasilkan nilai *person correlation* > dari r_{tabel} , jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

b.

Uji Reabilitas

Reabilitas adalah sebuah instrument yang dapat mengukur sesuatu yang akan di ukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Kata kunci syarat kualifikasi suatu instrumen pengukuran adalah konsistensi atau tidak berubah-ubah. Uji reabilitas ialah alat untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator penting dalam variabel (Umar, 2008: 57).

Suatu angket dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang konsisten dari waktu ke waktu. Reabilitas

menunjukkan suatu variabel yang cukup dapat dipercaya dan digunakan sebagai alat pengumpul data karena variabel dapat dipercaya dan reliabel yang akan menghasilkan data yang dapat dipercaya, sehingga suatu data variabel penelitian yang dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach alpha* > 0,60 (Priyatno, 2008: 25).

Tabel 3. 10
Uji Reliabilitas

No	Nama Item	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Batas	Kesimpulan
1	Kualitas Pelayanan(X_1)	0,703	0,60	Reliabel
2	SDM (X_2)	0,707	0,60	Reliabel
3	Keputusan (Y)	0,655	0,60	Reliabel

Sumber :Olah data menggunakan SPSS 22

Pada tabel diatas terlihat masing-masing item pertanyaan yang mendukung variabel pelayanan, sdm dan keputusan nasabah telah menghasilkan *Cronbach Alpha* di atas 0,60. Jadi dapat disimpulkan masing-masing variabel tersebut telah reliabel atau handal dan bisa digunakan untuk mengukur keputusan nasabah menabung pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis pakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa pengumpulan :

1. Kuisisioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sebuah kuesioner dapat berupa formulir, skedul atau instrumen pengukuran yang memuat rangkaian pertanyaan untuk mendapatkan informasi dari reponden dengan lengkap dan pasti (Supriyanto, 2010: 199).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang disajikan. Metode ini akan digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan sdm terhadap keputusan nasabah menabung di PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

2. Dokumentasi

Adalah salah satu metode pengumpulan data yang diperoleh dengan cara memanfaatkan dokumen yang sudah ada yang berasal dari catatan atau dokumen tertulis yang berhubungan dengan objek penelitian seperti, data jumlah nasabah tabungan dari tahun 2010-2017 dan struktur organisasi PT.BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear berganda dikatakan baik jika, data terbebas dari asumsi-asumsi klasik, baik normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen memiliki data yang berdistribusi normal dan tidak, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut harus berdistribusi secara normal atau mendekati normal. Metode uji normalitas yang digunakan yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber regional pada grafik Normal *p-p plot of regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut telah normal. (Umar, 2008: 79)

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang ditunjukkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Model uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinieritas. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai variance inflation factor (VIF) dan tolerance, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. (Ghozali, 2008: 105)

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk melihat adanya problem Heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Dasar kriterianya dalam pengambilan keputusan, yaitu: (Priyatno, 2014: 101)

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

d. Uji Autokorelasi

Auto korelasi digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan D-W (Durbin Watson).

Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan tabel Durbin-Watson (Priyatno 2012: 98):

- $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi
- $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.
- DU : Batas Atas Durbin Watson
- DL : Batas Bawah Durbin Watson

Nilai DU dan DL dapat diperoleh dari tabel statistic Durbin Watson.

e. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien Determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai seberapa besar presentase variasi variabel bebas pada model dapat diterangkan oleh variabel terikat. Koefisien Determinan (R^2) dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinan yang tinggi (Priyatno, 2010: 129).

f. Uji t (t-hitung)

Menurut (Asnawi, 2011:182) uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas secara individual (parsial) sebagai berikut :

$$t = \left\{ \frac{n - 2}{1 - r^2} \right\}^{1/2}$$

Keterangan :

r = Korelasi

n = Jumlah reponden

jika t hitung $>$ t tabel pada tingkat kesalahan tertentu misalnya 5% (0,05) maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas yaitu X dengan variabel terikat yaitu Y, begitu sebaliknya (Sugiyono, 2011: 80).

g. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan (X1), sumber daya manusia (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y). pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi f terhitung lebih rendah dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yang diteliti secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Sebagai analisis preferensi yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan sdm terhadap keputusan nasabah menabung di PT.BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama mempengaruhi variabel terikat (Irianto, 2004: 191).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan

Y : Variabel Terikat

a : Konstanta

b_1, b_2 : Koefisien Regresi

X_1, X_2 : Variabel Bebas

e : Standar Error

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang

1. Sejarah PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang

Sejarah berdirinya PT. BPRS carana kiat andalas diawali dengan timbulnya ide dari 10 orang mantan Gerakan Pemuda Banuhampu (GPH) yang telah sukses di jakart. Mereka ingin mendirikan sebuah BPR untuk membantu perekonomian masyarakat, khususnya masyarakat Banuhampu, dan keinginan untuk membantu pemerintah daerah dalam rangka pelaksanaan pembangunan daerah, setelah di musyawarahkan maka mereka sepakat untuk mendirikan BPR berdasarkan prinsip islam yang kemudian diberi nama PT.BPRS Carana kiat Andalas dengan semboyan “Untuk Nusa Ku Bangun Desaku”.

Pendiri PT.BPRS Carana Kiat Andalas :

- a. Prof. Dr. H. Amir syarifuddin (pemegang saham)
- b. Drs. Muslim Mulyani (pernah menjabat sebagai ketua DPS)
- c. H. Damis Habib (pemegang saham)
- d. H. Anas (pemegang saham)
- e. H. Darsyah (Pemegang Saham)
- f. Ir. H. Salman Sayuti (Alm), (pernah menjabat sebagai komisaris)
- g. Ir. H. Zaizar Mawardi (Pemegang Saham)
- h. Drs. H. Justaf Maulana Saba (Pernah Menjabat Sebagai Komisaris)
- i. H. Willem Nastim (Alm) (Pemegang Saham)
- j. H. Oesman zaen (Alm) (pemegang Saham)
- k. Drs. H. Nizar Chan (Pemegang Saham)
- l. Dra. Zuraida (Pemegag Saham)
- m. Prof. Dr. Azwar Agoes (Pemegang Saham)
- n. Ir. Edi Yosfi (Pemegang saham)
- o. Drs. H. Herman Djanain (Pemegang saham)

p. Drs. H. Darias (pemegang saham)

q. Drs. H. Zulharbi Salim (Pemegang Saham)

Tanggal 30 November 1996 diadakan persiapan dalam pendirian BPRS Carana Kiat Andalas yang berlokasi di jalan Raya Kapas Panji kilometer 3 Bukittinggi, dengan akta notaris Ny. Asni Sayat Latif, S. H di Tangerang No.739, 30 November 1996 dan dengan persetujuan Departemen kehakiman RI, melalui Keputusan No.C-2.002HT.01.01 tahun 1997 tanggal 11 Februari 1997 oleh Mamak BT. S. Rajo Endah Nan Batuah, Ketua Lembaga Kerapatan Adat Minangkabau Bunuhampu dan mulai tanggal 9 juni 1997 berdasarkan SK Menteri Keuangan No. Keputusan 28/km. 17/1997 tanggal 28 Mei 1997.

Awal pendirian PT. BPRS Carana Kiat Andalas mempunyai 2 direksi yaitu direktur utama dan direktur. Pada tahun 1997 PT. BPRS Carana Kiat Andalas mempunyai 1 oraang direktur utama yang dipegang oleh Ibu Farida Ramli.

Pada tahun 2005 PT. BPRS Carana Kiat Andalas di pimpin oleh 3 orang Direksi, yaitu 1 orang direktur utama yang di pegang oleh bapak H.Masnal Latin, S.E dan 2 orang direktur yaitu direktur operasional di pimpin oleh Dedi Ardian, A.md dan Diretur Marketing dipimpin oleh Afrialdi,SE.

Sedangkan PT.BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang berdiri pada tanggal 1 November 2006 yang berlokasi di Jln.Imam Bonjol No.230 padang panjang, dengan Pimpinan Cabang Bapak Rahmad Fitriadi S.E dari tahun 2006 sampai Juni 2009. Ibuk Nelfia R dengan tahun jabatan 1 Juni 2009 sampai 22 September 2016. Bapak Dedi S.E dari 23 September 2016 sampai sekarang. (Dokumen PT. BPRS Carana Kiat Andalas)

2. Visi dan Misi

a. Visi

Adapun visi PT. BPRS Carana Kiat Andalas adalah sebagai berikut:

1. PT. BPRS Carana Kiat Andalas tidak bersifat menunggu datangnya fasilitas melainkan bersifat aktif dengan melakukan sosialisasi terhadap usaha kecil yang membutuhkan tambahan modal, sehingga memiliki prospek bisnis yang baik.
2. PT. BPRS Carana Kiat Andalas memiliki jenis usaha yang waktu perputaran uangnya yang mengutamakan bahwa usaha skala menengah dan usaha kecil.
3. PT. BPRS Carana Kiat Andalas mengkaji pangsa pasar, tingkat kejenuhan dan tingkat kooperatif produk yang akan diberikan pembiayaan.
4. PT. BPRS Carana Kiat Andalas juga menyediakan kantor kas pembantu dilokasi yang strategis.
5. Menerapkan *service excellence* pelayanan antar jemput *door to door*.
6. Menampung beasiswa zakat yang akan disalurkan pada yang berhak seperti membantu pengusaha muslim yang membutuhkan dana melalui *qardhul hasan*, (Dokumen PT. BPRS Carana Kiat Andalas)

b. Misi

Adapun misi PT. BPRS Carana Kiat Andalas adalah sebagai berikut:

1. PT. BPRS Carana Kiat Andalas lembaga keuangan yang menerapkan sistem dan operasional perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, sehingga bank ini akan dijalankan dengan mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadits.

2. PT. BPRS Carana Kiat Andalas tidak menggunakan perangkat bunga, melainkan berdasarkan prinsip bagi hasil dan jual beli yang sesuai dengan syariat islam.
3. PT. BPRS Carana Kiat Andalas dikelola dengan tenaga-tenaga muslim yang professional yang *insya allah* akan menampilkan sosok BPRS yang sehat, berkualitas dan memenuhi harapan.

3. Konsep PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang

- a. PT.BPRS Carana Kiat Andalas adalah lembaga keuangan yang menerima system operasional perbankan berdasarkan prinsip syariah. Sehingga bank ini akan dapat dijalankan atau dioperasikan dengan mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadist.
- b. PT. BPRS Carana Kiat Andalas tidak menggunakan perangkat Bungan. Melainan berdasarkan prinsip bagi hasil dan jual beli yang berdasarkan prinsip syariah islam.
- c. PT.BPRS Carana Kiat Andalas dikelola oleh tenaga-tenaga professional yang *insya allah* akan menampilan sosok BPR syariah yang sehat,berkualitas, dan memenuhi harapan.
- d. Keberadaan PT. BPRS Carana Kiat Andalas aan di awasi oleh DPS Majelis Ulama Sumatra Barat. (Dokumen PT.BPRS Carana Kiat Andalas).

4. Usaha, Fasilitas, dan Produk PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang

1. Usaha PT. BPRS Carana Kiat Andalas

Usaha atau kegiatan PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam operasionalnya sehari-hari adalah dalam bentuk penghimpunan dana atau simpanan berupa tabungan dan deposito serta penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan dengan prinsip bagi hasil.

2. Fasilitas pelayanan PT. BPRS Carana Kiat Andalas

Pada tabungan PT. BPRS Carana Kiat Andalas menyediakan layanan antar jemput atau *personal selling* dan dapat juga diantar langsung oleh nasabah pada kantor layanan kas, kantor cabang terdekat atau kantor pusat dan penarikan dapat dilakukan setiap hari kerja. Sedangkan angsuran pembiayaan dapat dilakukan melalui tabungan atau pembayaran langsung oleh nasabah setiap hari tanggal angsuran pada petugas angsuran.

5. Produk-produk PT. BPRS Carana Kiat Andalas

a. Tabungan

Merupakan simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya dapat dilakukan dengan syarat tertentu. Penyelenggaraan tabungan dapat dilakukan dengan syarat harus mengikuti perjanjian kerja sama antara pemilik modal dengan pihak bank atas dasar bagi hasil.

Adapun jenis tabungan yang ditawarkan PT. BPRS Carana Kiat Andalas yaitu:

1) Tabungan *mudharabah (ta'ad)*

Adalah tabungan yang diajukan kepada masyarakat yang penarikannya sesuai dengan akad mudharabah

2) Tabungan pendidikan (*taba*)

Adalah tabungan yang ditujukan nasabah yang ingin menabung guna kelancaran pendidikan nasabah yang bersangkutan.

3) Tabungan haji (*al-muqaramah*)

Adalah tabungan yang ditujukan kepada nasabah yang ingin menyimpan dananya untuk persiapan haji dan umrah

4) Tabungan zakat (*tazkiah*)

Adalah tabungan yang digunakan untuk menampung zakat, infak dan sedekah (zis) yang nantinya disalurkan pada pembiayaan *qardhul hasan*

5) Tabungan kurban (*taqwa*)

Adalah tabungan yang diajukan oleh nasabah yang ingin mempersiapkan dananya untuk kurban pada hari raya *idhul adha*

6) Tabungan usaha (*takiad*)

Adalah tabungan yang diajukan kepada nasabah yang memiliki usaha atau untuk manampung usaha.

7) Tabungan beasiswa (*tabsis*)

Adalah tabungan yang dipersiapkan untuk memberikan bantuan kepada siswa-siswi yang berprestasi ditingkat SD, SLTP, dan SLTA sebagai beasiswa dimana nama-nama siswa diajukan oleh nagari atau sekolah yang bersangkutan ke lembaga sosial *Gonso Banua Maimbau* dimana PT. BPRS Carana Kiat Andalas bertindak untuk menyalurkan beasiswa kepada siswa-siswi.

b. Deposito *Mudharabah*

Adalah tabungan berjangka yang diacairkan menurut jangka waktunya, dimana bank akan memberikan balas jasa dalam bentuk bagi hasil yang baru diterima apabila deposito telah jatuh tempo. Jenis-jenis deposito *mudharabah* PT. BPRS Carana Kiat Andalas yaitu:

- 1) Deposito *mudharabah* dengan berjangka 1 bulan
- 2) Deposito *mudharabah* dengan berjangka 3 bulan
- 3) Deposito *mudharabah* dengan berjangka 6 bulan
- 4) Deposito *mudharabah* dengan berjangka 12 bulan

c. Pembiayaan

Merupakan penyediaan uang atau tagih yang berdasarkan dengan persetujuan atau kesepakatan antara pihak bank dengan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang tagihan tersebut, setelah jangka waktu yang telah ditetapkan dengan ketentuan atau perjanjian adanya imbalan bagi hasil.

Jenis-jenis pembiayaan yang disediakan PT. BPRS Carana Kiat Andalas yaitu:

1) Pembiayaan *Murabahah*

Adalah pembiayaan yang diberikan bank kepada nasabah dengan menjual barang dengan harga pokok ditambah dengan margin yang telah disepakati dengan bank. Pembiayaan ini dapat disalurkan kepada pembiayaan investasi, modal kerja, dan konsumsi. Sedangkan bidang yang dapat dibiayai adalah bidang perdagangan, perindustrian, jasa dan lain-lain. Jangka waktu yang digunakan dalam pembiayaan ini minimalnya kurang dari satu tahun dan maksimalnya 3 tahun.

2) Pembiayaan *mudharabah*

Merupakan kerja sama pihak bank dengan nasabah dimana bank menyediakan modal berupa uang dan nasabah yang akan mengelolanya.

3) Pembiayaan *qardhul hasan*

Merupakan pembiayaan pinjaman uang untuk jangka waktu tertentu berdasarkan prinsip tolong menolong, dimana tidak ada kelebihan atau imbalan kecuali biaya administrasi dan pengembalian modal pokok pada bank.

6. Struktur Organisasi PT, BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang

PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang memiliki struktur organisasi sebagai berikut:

1. Kepala Cabang

Merupakan bagian yang bertanggung jawab untuk mengambil keputusan yang tertinggi di kantor cabang serta berperan mengawasi operasional dari kantor cabang.

2. Bagian *Marketing*

Merupakan bagian yang bertanggung jawab untuk mengelola pemasaran yaitu mencari sumber dana serta menyalurkan dana kembali kepada masyarakat.

Dalam hal ini yang termasuk kedalam bagian dari marketing pembiayaan adalah:

a) *Marketing Funding*

Merupakan salah satu bagian dari fungsi pekerjaan dalam dunia perbankan. *Funding* merupakan kegiatan menghimpun dana atau bisa didefinisikan sebagai suatu kegiatan menghimpun dana dari masyarakat. *Funding* mempunyai fungsi untuk mencari dana nasabah (pihak ketiga) yang mempunyai dana lebih agar mau menyimpannya ke bank dalam bentuk produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri. Adapun tugas yang dimiliki oleh *marketing funding* itu sendiri adalah harus bertanggung jawab pada pencapaian target penghimpunan dana.

b) *Marketing Lending*

Merupakan bagian yang bertugas mencari nasabah yang sedang membutuhkan dana untuk keperluan individu maupun kepentingan lain guna mengembangkan usahanya dalam bentuk pinjaman yang tentunya sesuai dengan syarat peminjaman. Adapun tugas yang dimiliki oleh *marketing lending* ialah harus bertanggung jawab atas penyaluran dana (pembiayaan), mempunyai kemampuan menganalisis pembiayaan, dan memproses serta merealisasikan pembiayaan.

c) *Costumer Service (CS)*

CS adalah karyawan yang ditujukan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah sehubungan dengan produk-produk pembiayaan maupun pelayanan lainnya. Tugas dan fungsi CS adalah harus menyelesaikan berbagai masalah-masalah yang

dihadapi oleh pelanggan atau tamu. Tugas CS adalah memberikan pelayanan yang prima dan membina hubungan baik dengan nasabah, klien ataupun pelanggan. CS juga harus bertanggung jawab dari awal sampai akhir dari pelayanan nasabah.

3. Bagian Operasional

a) *Back Office*

Back Office merupakan salah satu posisi penting dari sebuah perusahaan, posisi ini sangat strategis dalam membantu kegiatan-kegiatan dalam perusahaan tersebut, untuk itu perlu tenaga kerja, karyawan yang professional dengan keahlian yang baik. Adapun tugas dari *back office* ini adalah memiliki tanggung jawab guna mengurus laporan-laporan penjualan atau pemasaran, keuangan maupun masalah administrasi namun tidak dengan langsung melayani konsumen atau pelanggan.

Back Office merupakan karyawan yang bertugas untuk:

- 1) Membuat legal opini yang berisi mengenai identitas nasabah serta data-data pribadi mengenai nasabah
- 2) Membuat surat perjanjian pembiayaan
- 3) Melakukan pengikatan pembiayaan
- 4) Mengawasi jaminan dari sisi legal.

b) *Teller*

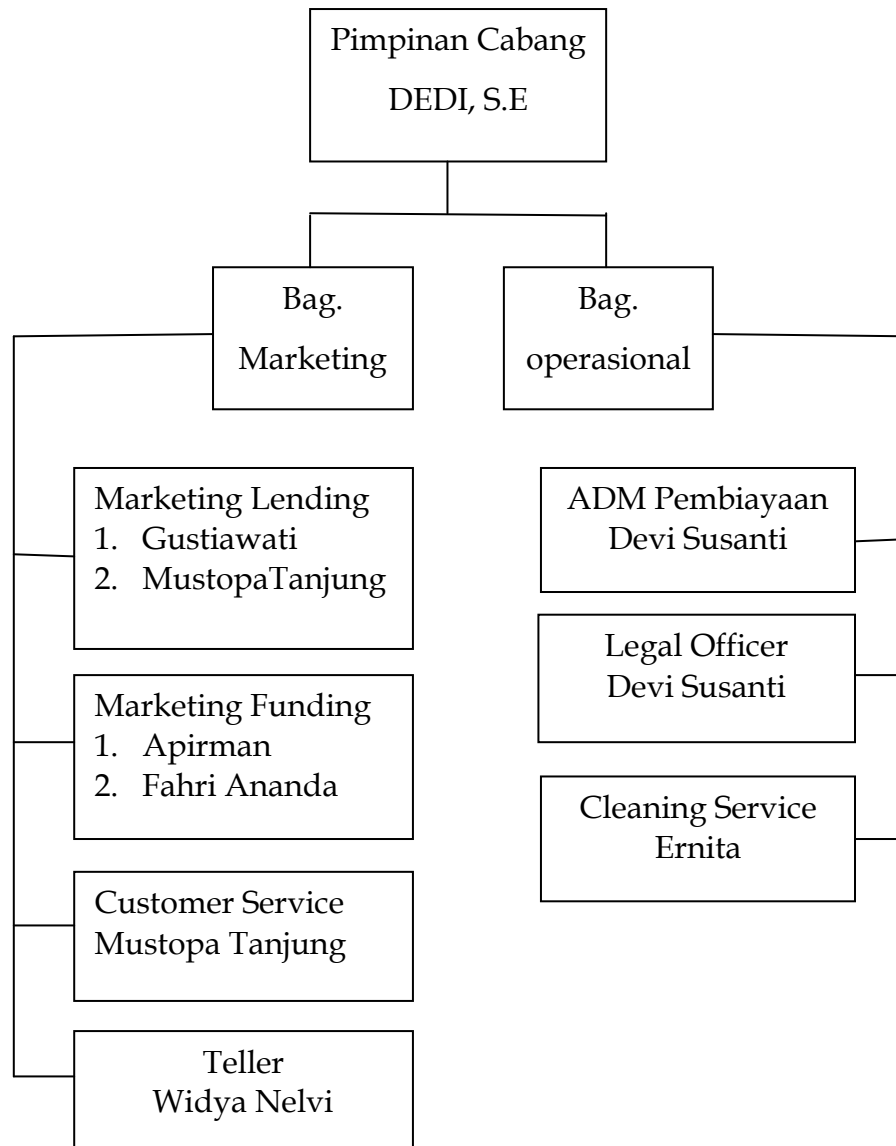
Teller merupakan bagian yang bertugas meliputi transaksi penerimaan dan pembayaran tunai pada perusahaan. *Teller* bertanggung jawab atas segala hal yang berhubungan dengan kas, baik berupa bukti transaksi maupun nominal dari kas tertentu.

c) *Sundries*

Merupakan bagian yang bertugas untuk menyetor dan menarik dana antar bank.

d) Petugas Kebersihan

7. Petugas kebersihan merupakan orang yang ditugaskan untuk membersihkan serta merapikan kantor, serta melayani segala kebutuhan para karyawan. (Dokumen PT. BPRS Carana Kiat Andalas)



Gambar 4. 1
Struktur Organisasi PT. BPRS Carana Kiat Andalas Cabang
Padang Panjang

B. Pengujian Instrumen Data

1. Uji Validasi

Uji validasi ini bertujuan untuk mengukur kebenaran dari angket yang disebarkan, yaitu mengukur kebenaran atau ketetapan item pertanyaan yang mendukung setiap variabel. Untuk mengetahui dan menilai validnya masing-masing item pertanyaan dengan membandingkan r_{hitung} (nilai *Person Corelation*) dengan r_{tabel} (di dapat dari tabel r), jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item dapat dinyatakan valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid. Atau bisa juga dengan melihat nilai Signifikansi, jika signifikansi $< 0,05$ maka item valid, tetapi jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka item tidak valid. Berdasarkan hasil pengujian validasi yang diperoleh terdapat ringkasan hasil sebagai berikut:

a. Kualitas Pelayanan (Variabel X₁)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil keputusan dan memutuskan untuk menabung apabila nasabah tersebut mendapatkan pelayanan yang maksimal. Pada penelitian ini untuk mengukur kualitas pelayanan maka digunakan 14 item pertanyaan yang terdiri dari 5 variabel X

1) Bukti Fisik (*Tangible*)

Variabel ini dapat dinilai dengan melihat bukti fisik dari karyawan, seperti kelengkapan yang dimilikinya mulai dari peralatan, perlengkapan, dan sarana prasarana lainnya. Item pertanyaan yang terlihat pada tabeldi bawah ini dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} :

Tabel 4. 1
Pengujian Validasi *Tangible*

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Tangible 1	0.413	0.197	VALID
2	Tangible 2	0.396	0.197	VALID
3	Tangible 3	0.760	0.197	VALID

Pada tabel terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena pada tabel 2.3 Nilai *person correlation* $> r_{tabel}$ jadi di simpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

2) Keandalan (*Reability*)

Keandalan dapat dinilai salah satunya dengan cara melihat bagaimana keandalan karyawan dalam melakukan pelayanan dengan selalu bersikap sopan dan ramah sehingga memuaskan nasabah. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan item-item pertanyaan yang terlihat pada tabel 2.4 Di bawah ini (dengan membandingkan nilai *person correlation* dengan r_{tabel}) :

Tabel 4. 2
Pengujian Validasi *Reability*

No	Nama Item	<i>Person Correlatio</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Reability 1	0.617	0.197	VALID
2	Reability 2	0.579	0.197	VALID
3	Reability 3	0.628	0.197	VALID

Pada tabel di atas terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena pada tabel 2.4 Nilai *person correlation* $> r_{tabel}$

jadi di simpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolah data lebih lanjut.

3) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Variabel ini dapat dinilai dengan melihat kemampuan karyawan untuk memberikan jasa dengan cepat dan tanggap. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan item-item pertanyaan yang terlihat pada tabel 2.5 Di bawah ini (dengan membandingkan nilai *person correlation* dengan r_{tabel}) :

Tabel 4.3
Pengujian Validasi *Responsiveness*

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Responsiveness1	0.756	0.197	VALID
2	Responsiveness2	0.652	0.197	VALID

Pada tabel di atas terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena pada tabel 2.5 Nilai *person correlation* $> r_{\text{tabel}}$, jadi di simpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolah data lebih lanjut.

4) Jaminan (*Assurance*)

Assurance dapat dilihat dari pengetahuan, kompetensi, kemampuan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan item-item pertanyaan yang terlihat pada tabel 2.6 di bawah ini (dengan membandingkan nilai *person correlation* dengan r_{tabel}) :

Tabel 4. 4
Pengujian Validasi Assurance

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Assurance1	0.647	0.197	VALID
2	Assurance2	0.600	0.197	VALID
3	Assurance3	0.731	0.197	VALID

Pada tabel di atas terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena pada tabel 2.6 Nilai *person correlation* $> r_{tabel}$, jadi di simpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

5) Empanti (*Empathy*)

Variabel *empathy* dapat dinilai dengan memperhatikan kemudahan nasabah dalam melakukan hubungan komunikasi yang efektif oleh karyawan dalam memberikan perhatian personal dan memahami kebutuhan nasabahnya. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan item-item pertanyaan yang terlihat pada tabel 2.7 di bawah ini (dengan membandingkan nilai *person correlation* dengan r_{tabel}):

Tabel 4. 5
Pengujian Validasi Empathy

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Empathy1	0.737	0.197	VALID
2	Empathy2	0.696	0.197	VALID
3	Empathy3	0.715	0.197	VALID

Pada tabel di atas terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena pada tabel 2.7 Nilai *person correlation* $> r_{\text{tabel}}$, jadi di simpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

b. Sumber Daya Manusia (variabel X₂)

Variabel ini dapat dinilai dengan melihat ketanggapan karyawan serta lincah, cekatan dan terampil dalam melayani nasabah. Untuk menilai dimensi sdm pada kualitas pelayanan dalam penelitian ini digunakan 5 item pertanyaan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh ringkasan item-item pertanyaan yang terlihat pada tabel 2.8 Di bawah ini dengan membandingkan nilai *person correlation* dengan r_{tabel} :

Tabel 4. 6
Pengujian Validasi Sumber Daya Manusia

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	SDM1	0.533	0.197	VALID
2	SDM2	0.632	0.197	VALID
3	SDM3	0.384	0.197	VALID
4	SDM4	0.413	0.197	VALID
5	SDM5	0.579	0.197	VALID

Pada tabel di atas terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena pada tabel 2.8 Nilai *person correlation* $> r_{\text{tabel}}$, jadi di simpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

c. Keputusan Nasabah (Variabel Y)

Keputusan sebagai variabel dependen juga diukur sama halnya dengan variabel independen, total item pertanyaan yang digunakan adalah sebanyak 5 item. Berdasarkan uji validasi yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada tabel 2.9 di bawah ini :

Tabel 4.7
Pengujian Validasi Keputusan Nasabah

No	Nama Item	<i>Person Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Keputusan1	0.275	0.197	VALID
2	keputusan2	0.257	0.197	VALID
3	Keputusan3	0.471	0.197	VALID
4	Keputusan4	0.526	0.197	VALID
5	Keputusan5	0.778	0.197	VALID

Pada tabel di atas terlihat bahwa semua 5 item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur keputusan nasabah valid. Hal ini disebabkan karena masing-masing pertanyaan yang valid menghasilkan nilai *person correlation* yang lebih besar dari r_{tabel} pada tabel 2.9 dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini adalah kelanjutan dari uji Validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item valid. Untuk mengetahui instrumen reliable atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut teori reabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan diatas 0,8 adalah baik.

Berdasarkan hasil pengujian reabilitas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat sebagai berikut:

Tabel 4. 8
Uji Reliabilitas

No	Nama Item	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Batas	Kesimpulan
1	Kualitas Pelayanan (X_1)	0.633	0.60	Reliabel
2	SDM (X_2)	0.668	0.60	Reliabel
3	Keputusan Nasabah (Y)	0.643	0.60	Reliabel

Pada tabel 3.1 di atas terlihat masing-masing item pertanyaan yang mendukung variabel kualitas pelayanan, sdm, dan keputusan nasabah telah menghasilkan *Cronbach alpha* di atas 0.60. Jadi dapat disimpulkan masing-masing variabel tersebut telah reliabel atau handal dan bisa digunakan untuk mengukur keputusan nasabah yang menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

C. Analisis Data

1. Asumsi Klasik

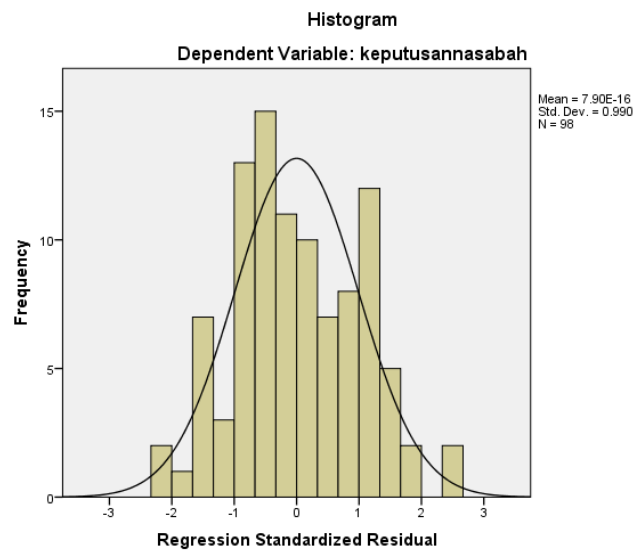
Regresi linier berganda dikatakan baik jika, data terbebas dari asumsi-asumsi klasik, baik normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastitas.

a. Uji Normalitas

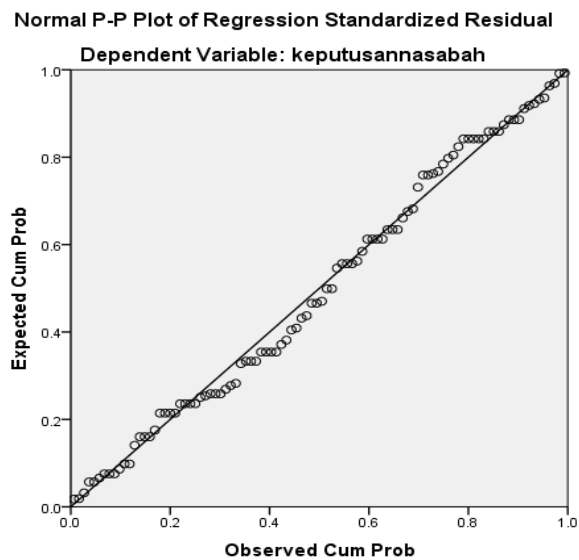
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal. Pembuktian apakah data tersebut memiliki distribusi datanya, yaitu pada *histogram* maupun *normal probability plot*. Pada *histogram*, data dapat dikatakan memiliki distribusi yang normal jika data tersebut

berbentuk normalitas (Umar, Desain Penelitian Akuntansi Keprilakuan 2008).

Sedangkan pada *normal Probability plot*, data dikatakan normal jika ada penyebaran titi-titik disekitaran garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah diagonalnya.



Gambar 4. 2
Histogram Dependent Variabel Y



Gambar 4. 3
Normal P-Plot Of Regression Standardized Residual

Berdasarkan pada gambar 2.4 di atas menunjukkan bahwa pengujian normalitas berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat bahwa garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Artinya bahwa sebaran data dikatakan tersebar di sekeliling garis lurus (tidak terpancar jauh dari garis lurus) sehingga persyaratan normalitas bisa dipenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation model* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas nilai *tolerance* 0.10 atau sama dengan nilai VIF 10.

Tabel 4. 9
Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.683	3.409		1.961	.053		
	Pelayanan	.091	.054	.174	1.704	.092	.892	1.121
	Sdm	.347	.146	.243	2.382	.019	.892	1.121

a. Dependent Variable: keputusannasabah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) sebesar 1.121 yang berarti < 10 , yang berarti tidak adanya Multikolinearitas, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan sudah bebas dari masalah Multikolinearitas karena nilai VIF < 10 .

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Model regresi yang baik

seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW test).

Pengambilan keputusan pada uji *Durbin Watson* sebagai berikut:

- 1) $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2) $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- 3) $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Tabel 4. 10
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.342 ^a	.117	.099	1.26709	1.318

a. Predictors: (Constant), sdm, pelayanan

b. Dependent Variable: keputusannasabah

Sumber: data primer (diolah) menggunakan SPSS 22

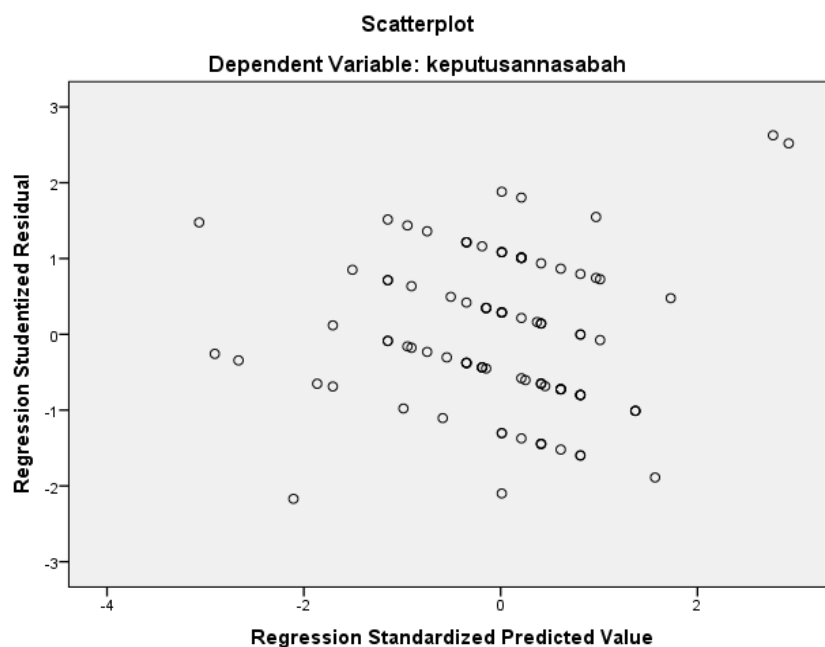
Nilai DU dan DL dapat diperoleh dari tabel statistik *Durbin Watson*. Dengan $n = 98$ dan $k = 3$ didapat nilai $DL = 1.6086$ dan $DU = 1,7345$. Jadi nilai $4-DU = 2.2655$ dan $4-DL = 2,3914$ (D. Priyatno 2014)

Dari tabel 3.3 di atas terlihat bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 1.318. Karena nilai DW terletak antara DU dan 4-DU ($1,7345 < 1,318 < 2.2655 < 2.3914$). Maka tidak ada *autokorelasi* pada model regresi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual antara yang satu

dengan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas. Jika varian berbeda, disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui gejala ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heteroskedastisitas antara nilai prediksi variabel dependen dengan variabel independen.



Gambar 4. 4
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2.5 menunjukkan bahwa pengaruh antara kualitas dan sdm terhadap keputusan nasabah menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu y tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa pada uji ini tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi. sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut dibawah ini tabel hasil koefisien determinasi:

Gambar 4. 5
Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,342 ^a	,117	,099	1,267

a. Predictors: (Constant), SDM, Pelayanan

Hasil yang diperoleh diperkuat dengan R Square (R^2) sebesar 0,117. Angka ini akan diubah ke bentuk persen artinya persentase pengaruh kualitas pelayanan dan SDM terhadap keputusan nasabah menabung sebesar 11,7% sedangkan sisanya sebesar 88,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

3. Uji T

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Setelah dilakukan pengujian dengan sistem SPSS 22, maka di dapatkan output seperti tabel 3.5 Sebagai berikut :

Tabel 4. 11
Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	6,683	3,409		1,961	,053
	Pelayanan	,091	,054	,174	1,704	,092
	SDM	,347	,146	,243	2,382	,019

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Olah data dengan SPSS 22

Dari tabel diatas, maka didapat hasil sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

Dengan hipotesis statistic pertama akan diuji sebagai berikut:

H_{01} : kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

H_{a1} : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

Variabel pelayanan memiliki t_{hitung} 1.704 dengan sig. 0,091. Sedangkan t_{tabel} pada signifikansi $0,05/2=0,025$ dengan derajat $df=n-k-1(98-2-1=95)$ adalah 1.661 (*lampiran*). Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1.704 > 1.661$). sehingga dapat disimpulkan H_{01} ditolak yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

b. Hipotesis 2

Dengan hipotesis statistic kedua akan diuji sebagai berikut :

H_{02} : sumber daya manusia tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

H_{a2} : sumber daya manusia berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

Variabel sumber daya manusia memiliki t_{hitung} 2,382 dengan sig. 0,019. Sedangkan t_{tabel} pada signifikansi $0,05/2=0,025$ dengan derajat $df= n-k-1$ ($98-2-1=95$) adalah 1,661 (*lampiran*). Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,382 > 1,661$). Sehingga dapat disimpulkan H_{02} ditolak yang berarti sumber daya manusia berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang.

4. Uji F

Untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 4. 12
Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20,252	2	10,126	6,307	,003 ^b
	Residual	152,523	95	1,606		
	Total	172,776	97			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), SDM, Pelayanan

Berdasarkan tabel 3.6 terlihat bahwa nilai f_{hitung} sebesar 6,307 dengan tingkat signifikansi 0,003. Sedangkan f_{tabel} 3,092 (*lampiran*). Karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $6,307 > 3,092$ dan signifikansi $< 0,05$ ($0,003 < 0,05$) maka disimpulkan H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan sumber daya manusia secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini ringkasan hasil setelah dilakukan uji regresi linear berganda :

Tabel 4. 13
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	6,683	3,409
	pelayanan	,091	,054
	Sdm	,347	,146

a. Dependent Variable: keputusan

Sumber : Olah data dengan SPSS 22

Dari tabel 3.7 dapat dimasukkan kedalam rumus :

$$Y = 6,683 + 0,091 X_1 + 0,347 X_2$$

Angka yang dihasilkan dari pengujian atau yang disajikan dalam persamaan regresi linear berganda dapat disajikan sebagai berikut:

$\alpha =$ Nilai konstanta (a) adalah 6,683. Artinya bahwa jika variabel independen X_1 yaitu kualitas pelayanan dan X_2 sumber daya manusia bernilai 0, maka besarnya keputusan yang terjadi adalah sebesar 6,683. Konstanta bertanda positif berarti adanya variabel lain yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung selain dari X_1 dan X_2 .

$B_1 X_1 =$ Nilai variabel b_1 kualitas pelayanan bernilai positif yaitu 0,091 artinya setiap kenaikan 1% dari kualitas pelayanan maka tingkat keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,091% dengan asumsi variabel lain nilainya tetap.

$B_2 X_2 =$ Nilai variabel b_2 sumber daya manusia bernilai positif yaitu 0,347, artinya setiap kenaikan sebesar 1% akan meningkat sebesar 0,347% dengan asumsi variabel lain nilainya tetap.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh antara kualitas pelayanan dengan keputusan nasabah

		Interval Total			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	48-52	5	5,1	5,1	5,1
	53-57	61	62,2	62,2	67,3
	58-62	31	31,6	31,6	99,0
	63-67	1	1,0	1,0	100,0
Total		98	100,0	100,0	

Berdasarkan deskripsi data yang telah disajikan dari hasil penelitian diperoleh data kualitas pelayanan di PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang dalam kategori sangat setuju ada sebanyak 5 orang (5,1%), kategori setuju sebanyak 61 orang (62,2%), kategori ragu-ragu sebanyak 31 orang (31,6%), dan kategori tidak setuju sebanyak 1 orang (1,0%).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Hal tersebut disebabkan karena kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung atau tidak di bank tersebut dan semakin bagus pelayanan yang diberikan maka semakin banyak pula nasabah yang akan menabung pada bank tersebut. hal tersebut terbukti karena $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($1,704 > 1,661$). Hal ini diperkuat dengan perhitungan uji determinasi yang didapatkan sebesar 11,7% yang keputusan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sedangkan 88,3% dipengaruhi oleh faktor lain dan kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa tersebut.

2. Pengaruh antara Sumber Daya Manusia dengan Keputusan nasabah menabung

		Interval Total			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	48-52	8	8,1	8,1	8,1
	53-57	58	58,2	58,2	60,3
	58-62	21	31,6	31,6	99,0
	63-67	11	11,0	11,0	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Berdasarkan deskripsi data yang telah disajikan dari hasil penelitian diperoleh data sumber daya manusia di PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang dalam kategori sangat setuju ada sebanyak 8 orang (8,1%), kategori setuju sebanyak 58 orang (58,2%), kategori ragu-ragu sebanyak 21 orang (21,6%), dan kategori tidak setuju sebanyak 11 orang (11,0%).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sumber daya manusia secara simultan mempengaruhi keputusan nasabah, ini berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel sumber daya manusia terhadap keputusan nasabah. Hal ini membuktikan bahwa sumber daya manusia pada bank dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti dan kinerja karyawan yang memuaskan dalam melayani dan menarik nasabah, sehingga nasabah dapat memberikan respon yang bagus juga terhadap bank tersebut. Hal tersebut terbukti dengan hasil dari analisis yang menunjukkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,382 > 1,661$) hal ini dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia yang baik dan berkualitas dapat mempengaruhi dan meningkatkan jumlah nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan BAB IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang. Dikarenakan $t^{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($1.704 > 1.661$).
2. Sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang. Dikarenakan $t^{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2.382 > 1.661$).
3. Kualitas pelayanan dan sumber daya manusia secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang, karena reliabilitasnya diatas 0,60, $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ yaitu ($6,307 > 3,092$), dan determinasi r^2 sebesar 11,7% yang keputusan nasabah menabung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan sumber daya manusia dan 88,3% dipengaruhi oleh faktor lain dan kemudahan dalam mendapatkan produk dan jasa tersebut.

B. Implikasi

Adapun penelitian ini akan bermanfaat bagi pihak-pihak tertentu yang dimanfaatkan sesuai dengan tujuannya, yaitu:

1. Implikasi Teoritis

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel sumber daya manusia memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah yang menabung pada PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang

2. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersamaan kualitas pelayanan dan sumber daya manusia berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Nilia Yulita, bahwa variabel kualitas pelayanan dan sumber daya manusia secara bersamaan mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT Al-Fataya Payakumbuh dengan berdasarkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,916 > 3.09$).

C. Saran

Saran yang penulis sampaikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Penulis menyarankan agar PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah, karena kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam meningkatkan jumlah dan menarik nasabah, serta penulis menyarankan agar pihak pengelola PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang agar memperluas area parkir agar nasabah yang berkendara lebih leluasa dalam melakukan transaksi pada bank tersebut.
2. Hendaknya kualitas pelayanan tersebut harus ditingkatkan, terutama mengenai SDM yang dimiliki agar kinerja optimum, misalnya mengadakan pelatihan dan pengembangan karyawan.
3. Sebaiknya pihak manajemen PT BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang menyajikan iklan yang lebih menarik perhatian seperti seringnya intensitas penayangan iklan, sehingga masyarakat tertarik dan ingin menjadi nasabah.
4. Penelitian selanjutnya untuk menambah variabel baru yang belum digunakan di dalam model penelitian ini dan mencoba memperluas objek pembahasannya yang dilakukan pada waktu dan lokasi yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Kasmir, 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi 2008. Jakarta: PT. RAJA GRAFINDO PERSADA
- Asnawi, 2011. *Metode Riset Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press.
- Augusty, F. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Priyatno, D. 2014. "SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis." In *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Suwiknyo, D. 2010. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- _____, F. 2006. *Manajemen Jasa Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- _____, F. Gregorius, C. 2012. "pemasaran Strategik." In *pemasaran Strategik*, Yogyakarta: ANDI.
- Hasibuan, 2014. *Manajemen Sumber Daya Insani*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Umar, H. 2008. "Desain Penelitian Akuntansi Keprilakuan." In *Desain Penelitian Akuntansi Keprilakuan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Iska, S. 2012. *Sistem perbankan syariah di indonesia*. Yogyakarta: Fajar Media Press.
- Ismail, 2013. *Budaya Organisasi Kepemimpinan dan Kinerja*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir, 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Moenir, 2008. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Antonio, M. 2005. *bank syariah dari teori ke prakteknya*. Jakarta: Gema insani press tazkia institute.
- Nugraheni, 2015. "Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat." Yogyakarta: Andi.
- Priyatno, D. 2010. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 19*. Yogyakarta: Andi.
- _____, 2014. "SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis." In *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, by Duwi Priyatno, 123. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- _____,2012. "*cara Kilat belajar Analisis Data dengan SPSS 20.*" In *cara Kilat belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, by Dwi Priyatno, 173. Yogyakarta: Andi.
- Sadli, S. 2010.*Manajemen Sumber Daya Insani*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono, 2017.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____,2014.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, 2010. "Pemasaran Industri dan Jasa Kesehatan." In *Pemasaran Industri dan Jasa Kesehatan*, by Supriyanto, 199. Yogyakarta: CV. Andi Offiset.
- Sutisna, 2003. "*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.*" In *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ndraha, T. 2012.*Pengantar Teori Pengembangan Sumber Daya Insani*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Wijaya, T. 2013.*Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tasmara, T. 2002. *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta: Gema Insani.
- Umar, H. 2008. "*Desain Penelitian Akuntansi Kepriilaku.*" In *Desain Penelitian Akuntansi Kepriilaku*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____,2009*Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Utama, I. Wardana, K. Wayan, N. Mujiati, I. 2012. *Manajemen Sumber Daya Insani*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widiyanto, 2012. "*Uji Reabilitasi Data dengan SPSS.*" *Konsistensi*.
- _____, I. 2006*pengukuran Tingkat kepuasan Konsumen*. Semarang: BP Undip.
- Wiroso, 2009. *produk perbankan syariah*. jakarta: LPFE Usakti.
- Irianto, A. 2004. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana.

Jurnal

Aisyah, S. 2016. Penghimpunan Dana Masyarakat dengan Akad Wadi'ah dan Penerapannya Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Syariah* , 110-120. ISSN 1694-7700, Vol 15 No 25 Agustus 2017, 8.

Skripsi

Felani, S. 2018, *Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang BMT Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BMT Al Makmur Supanjang*: Skripsi Program Sarjana Strata 1 Jurusan Perbankan Syariah IAIN Batusangkar.

Munthe, S. 2014, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota*: Thesis Master Ekonomi Islam Pascasarjana IAIN Sumatra Utara.

Restiani, D. O, *Analisis Manajemen Pemasaran Bank Syariah Dalam Meningkatkan Customer Loyalty Nasabah (Studi Pada BPR Syariah Metro Madani Cabang Jati Mulyo, Lampung Selatan)*: Skripsi Program Sarjana Strata 1 IAIN Raden Intan Lampung.

Azizah, N. 2012, *Analisis Faktor-Faktor Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah BNI Syariah Makassar*: Skripsi Program Sarjana Strata 1 UIN Alauddin Makassar.

Yulita, N. 2018, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada BMT Al Fataya Payakumbuh*: Skripsi Program Sarjana Strata 1 Jurusan Perbankan Syariah IAIN Batusangkar.

Rahmi, Z. 2018, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtatanjungan Sijunjung*: Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah dan Manajemen Syariah IAIN Batusangkar.