

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM DESA LAMBARA  
HARAPAN MENJADI NASABAH BANK BRI UNIT WOTU**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**2022**

**PENGARUH LOKASI, PRMOSI, DAN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM DESA LAMBARA HARAPAN  
MENJADI NASABAH BANK BRI UNIT WOTU**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
(S.E) pada program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonimi dan Bisnis Islam Institut  
Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKNOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGER PALOPO**

**2022**

## HALAM PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawa ini:

Nama : Nur alisa  
NIM : 17 0402 0114  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segalah kekeliruan dan atau kesalahan yang ada dilamnyan adalah tanggung jawab saya.

Bila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 18 Januari 2022

Yang membuat pernyataan



Nur Alisa

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Produk Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan Menjadi Nasabah Bank BRI Unit Wotu, yang ditulis oleh Nur Alisa, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1704020114, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, 09 Februari 2022 Miladiyah bertepatan dengan tanggal 08 Rajab 1443 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 21 Februari 2022

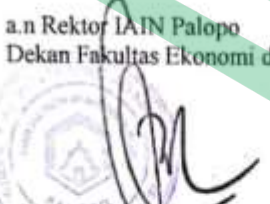
### TIM PENGUJI


- |                                |                   |   |
|--------------------------------|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.     | Ketua Sidang      | (  )  |
| 2. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.   | Sekretaris Sidang | (  ) |
| 3. Musayyana Jabani, ST., M.M. | Penguji I         | (  ) |
| 4. Ishak, S.EI, M.EI           | Penguji II        | (  ) |
| 5. Zainuddin S, S.E., M.AK.    | Pembimbing        | (  ) |

### Mengetahui:

a.n Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

  
Dr. Hj. Ramlah, M., MM.  
NIP 191610208 199403 1 001

  
Hendra Safri, S.E., M.M.  
NIP 19861020 201503 1 001

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Lokasi, Promos, dan Produk Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan Menaji Nasabah Bank Konvensional” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam perbankan syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Dr. Abdul Pirol, M.Ad. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I, II, dan III IAIN Palopo.
2. Dr. Hj. Ramlah Makulasse, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Hendra Safri, SE., MM, selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah di IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Zainuddin S, SE., M.AK. Selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Dr. Rahmawati, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik

6. Seluruh Dosen beserta staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Madehang, S.Ag., M.Pd. selaku kepala Unit Perpustakaan beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
8. Emba Bulan ZKP selaku Kepala Desa Lambara Harapan Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur dan seluruh staf pegawai Desa Lambara Harapan Telah Memberikan izin dan membantu dalam melakukan penelitian.
9. Semua pihak yang membantu peneliti yang tak sempat disebut namanya satu persatu.
10. Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Misi dan Ibunda Morri, yang telah melahirkan dan membesarkan Penulis, merawat dengan penuh kasih sayang, tak kenal putus asah sehingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini.
11. Kepada saudara-saudariku ( Nurmi M, Nurmawati, Ismail, Sri Ayuistika, Sukardi, Wahir dan Irwandi ) yang selauh mendoakan dan memberika semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Kepada teman-teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo Angkatan 2017 (khususnya Perbankan Syariah kelas D), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah swt. Aamiin.

Palopo, 18 Januari 2022

Nur alisa

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. *Konsonan*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba"	B	Be
ت	Ta"	T	Te
ث	Ṡa"	Ṡ	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa"	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ر	Ṣal	Ṣ	Zet dengan titik di atas
س	Ra"	R	Er
ص	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah

ع	„Ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha"	H	Ha
ء	Hamzah	"	Apostrof
ي	Ya"	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (")

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
ُ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u



Contoh:

كَيْفًا : *kaifa*

هَؤُلَاءِ : *Haula*

### 3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ   آ   عِ	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
إِ   يِ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
أُ   أُ	<i>dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَات : mata  
رَمَى : rama  
قِيلَ : qila  
يَمُوتُ : yamutu

### 4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk tā" marbūtah ada dua, yaitu tā" marbūtah yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan tā" marbūtah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan tā" marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka tā" marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَادِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

## 5. Syaddah (Tasydīd)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf

Cont

بَنَانًا

بَنَانًا *'banā*

الْحَقُّ *ijainā*

هَاقِقٌ *haqq*

عِدْوٌ *'ima*

: „*aduwwun*

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ) maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ

: „*Alī* (bukan „*Aliyy* atau *A"ly*)

عَرَبِيٌّ

: „*Arabī* (bukan *A"rabiyy* atau „*Arabiyy*)

(konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma"rifah* ( َ ). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشمس

*amsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزلازل

*lزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفلسفة

*'safah*

البلاد

*ād*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia

tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

مُرُونَا *murūna*  
اِيَّاهُ *iauh*  
شَيْءٍ *“un*  
أَمْرًا *irtu*

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur’an (dari *al-Qur’ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Syarh al-Arba‘īn al-Nawāwī*  
*Risālah fi Ri‘āyah al-Maslahah*

## 9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِسْمِ اللَّهِ : *billāh*

adapun *tā“marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*,

diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هَمَّ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *im fi rahmatillāh*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf

kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempa, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi" a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan Syahru*

*Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*

*Nasīr al-Dīn al-Tūsī Nasr*

*Hāmid Abū Zayd Al-Tūft*

*Al-Maslahah fī al-Tasyrī" al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,  
Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd  
Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid  
(bukan. Zaīd Nasr Hāmid Abū

## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta,,ala
SAW.	= Sallallahu ,,Alaihi Wasallam
H	= Hijrah
M	= Masehi

SM

= Sebelum Masehi

1

= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)



W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali „Imran/3:
4 HR	= Hadis Riwayat
MI	= Madrasah Ibtidaiyah
MTS	= Madrasah Tsanawiyah



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEAHLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR ISTILA</b> .....	<b>xxi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	6
B. Landasan Teori .....	8
1. Pengertian Lokasi .....	8
2. Promosi.....	10
3. Produk .....	13
4. Keputusan menjadi nasabah .....	15
C. Kerangka pikir.....	23
D. Hipotesis.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
C. Devenisi Operasional .....	25
D. Populasi dan Sampel .....	27
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Teknik Analisis Data.....	33

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 65**  
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... 65  
B. Hasil penelitian ..... 67  
C. Pembahasan ..... 79

**BAB V PENUTUP .....84**  
A. Kesimpulan..... 84  
B. Saran ..... 85

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**





## DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 QS. At-taubah: 24 .....	9
Kutipan Ayat 2 QS. An-nisa:14 .....	11
Kutipan Ayat 3 QS. Al- baqorah:168 .....	14
Kutipan Ayat 4 QS. AL-hujurat:6 .....	16



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Defenisi Operasional .....	25
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen .....	30
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi .....	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Produk .....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan .....	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi,Promosi,Produk dan keputusa.....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji T) .....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikasi Simultan (Uji F).....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square) .....	79



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pikir.....	23
Gambar 2.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74



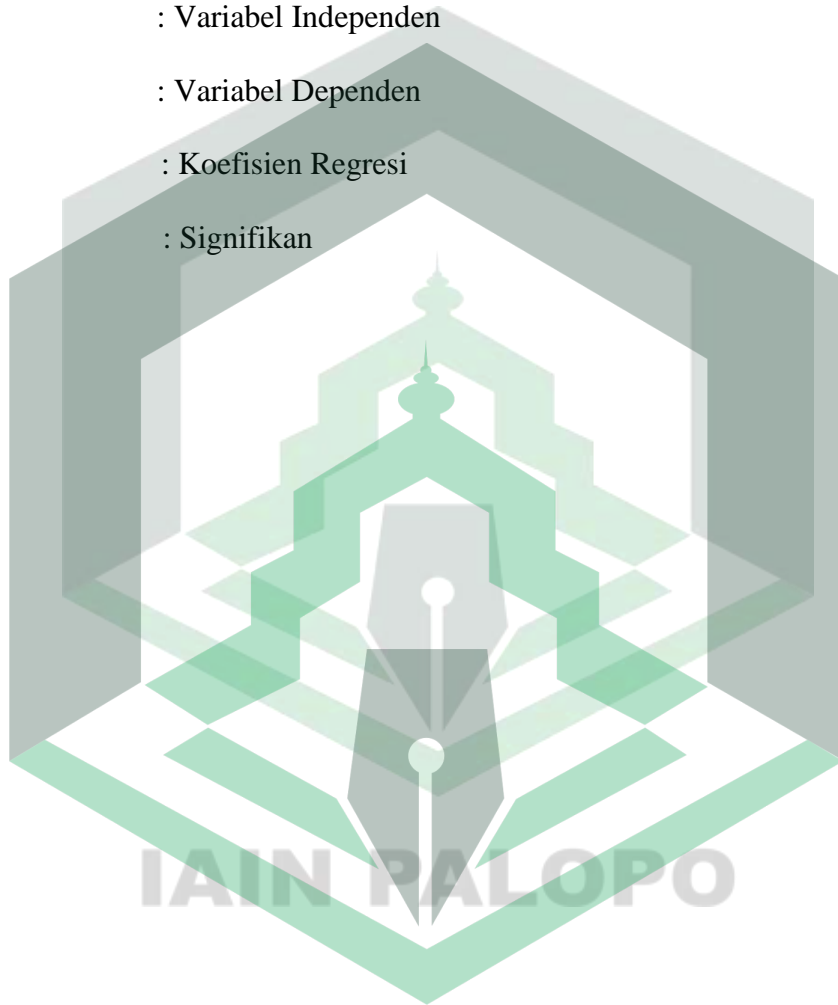
## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	88
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	91
Lampiran 3 Nota Dines Tim Penguji .....	82
Lampiran 4 Hasil Kuesioner Penelitian .....	93
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	114
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi dan Uji Hipotesis.....	115
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian.....	117
Lampiran 8 Hasil Cek Ternitin .....	118
Lampiran 9 Riwayat Hidup.....	119



## DAFTAR ISTILAH

SPSS	: <i>Statistical Packaga for Sosial</i>
VIF	: Inflation Faktor
H0	: Hipotesis Nol
H1	: Hipotesis Satu
(X)	: Variabel Independen
(Y)	: Variabel Dependen
b1 & b2	: Koefisien Regresi
Sig	: Signifikan



## ABSTRAK

**NUR ALISA, 2021.** *“Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Produk Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan Menjadi Nasabah Bank Konvensional.”* Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Di bimbing oleh Zainuddin S,SE.,M.AK.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh Lokasi, Promosi dan produk terhadap keputusan masyarakat muslim Desa Lambara Harapan menjadi nasabah Bank BRI Unit Wotu. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui apakah ada pengaruh Lokasi, promosi dan produk terhadap keputusan masyarakat muslim Desa Lambara Harapan menjadi nasabah Bank BRI Unit Wotu. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua masyarakat muslim Desa Lambara Harapan Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur yang menjadi nasabah bank konvensional yang terdiri atas 520 jiwa. Pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan rumus slovin dan didapatkan sampel sebanyak 226 jiwa. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling, dimana sampel di ambil secara acak sehingga semua populasi mempunyai peluang dan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh (X1) terhadap (Y) dikarenakan nilai t hitung ( $0,607 > 1,970$ ) t tabel dan nilai signifikansi sebesar ( $0,544 > 0,05$ ) (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap (Y) dimana t hitung ( $5,984 < 1,970$ ) t tabel dan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ) dan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap (Y) dimana t hitung ( $4,409 < 1,970$ ) t tabel dan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). Pada uji F diketahui bahwa variabel X1, X2, dan X3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) dimana nilai F hitung  $50,400 > 2,65$  dan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ) Hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa besarnya pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Y adalah sebesar 40, 5% dan sisanya 59,5% di jelaskan oleh peneliti.

**KATA KUNCI :** Lokasi, Promosi, Produk, dan Keputusan

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya yakni menghimpun dana dari masyarakat yang menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya (Kasmir).<sup>1</sup> Dalam kehidupan perekonomian modern, perbankan konvensional sudah relatif lama dikenal oleh kalangan masyarakat apalagi dengan sistemnya yang sering dikatakan berkaitan dengan hal riba. Riba secara istilah teknis merupakan pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara bathil. Masalah riba inilah yang sering menjadi objek perdebatan antara para ulama dan praktisi perekonomian. Keadaan demikian mendorong para ahli dan praktisi terutama perbankan khususnya yang memiliki komitmen menjunjung tinggi nilai keislaman, memberikan jalan keluar yaitu berupa mendirikan perbankan syariah di Indonesia.<sup>2</sup> Dalam sistem ekonomi yang paradigma Islami, transaksi harus dilandasi oleh aturan hukum-hukum Islam (syariah) karena transaksi adalah manifestasi amal manusia yang bernilai ibadah dihadapan Allah, yang dapat dikategorikan menjadi dua yaitu transaksi halal dan haram. Salah satu lembaga yang paling dominan dan sangat dibutuhkan keberadaannya untuk menjalankan transaksi ialah lembaga keuangan seperti Bank Syariah. Bank Syariah adalah Bank yang melaksanakan segala usaha dan aktifitasnya berdasarkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan prinsip Islam.<sup>3</sup>

Jumlah Bank Syariah yang ada di Indonesia sudah banyak tetapi masih sedikit masyarakat yang menggunakan jasa perbankan syariah. Berdasarkan dari data yang

---

<sup>1</sup>Devi Listiana, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Memilih Bank Konvensional Dari Pada Bank Syariah (Studi Kasus Kecamatan Benai)', (2017).307

<sup>2</sup>Noorjannah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Kota Banjar Masin Memilih Menjadi Nasabah Di Bank Konvensional Dibanding Bank Syariah (Studi Pedagang Konveksi Pasar Baru)' (Universitas Islam Negeri Antasari), (2017).1

<sup>3</sup>Muhammad hadi akbar mutawalli, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah Di Makassar', (2019).5

Ada pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2020 mencatat bahwa jumlah Bank Syariah yang ada di Indonesia memiliki jumlah kantor yaitu 2958 kantor.<sup>4</sup> Di sisi lain perkembangan perbankan syariah di Indonesia masih banyak mengalami kendala. Salah satu kendala yang di hadapi oleh perbankan syariah ialah kurangnya sosialisasi atau promosi ke masyarakat tentang keberadaan bank syariah. Sosialisasi tidak hanya sekedar memperkenalkan keberadaan bank syariah di suatu tempat, tetapi juga memperkenalkan mekanisme, produk bank syariah dan instrumen instrumen keuangan bank syariah kepada masyarakat. Masyarakat adalah salah satu elemen penting dalam dunia perbankan, hal ini di sebabkan karena masyarakatlah yang akan menjadi nasabah bagi bank syariah. Oleh karena itu mengetahui minat masyarakat terhadap bank syariah menjadi kunci pertama dalam membuka jalan bagi perkembangan bank syariah dan sekaligus sebagai bahan investasi di dunia perbankan syariah.<sup>5</sup>

Kebanyakan masyarakat memang sudah tahu apa itu bank syariah, tetapi mereka tidak tahu produk-produk yang ditawarkan bank syariah, sehingga masyarakat yang tidak tahu produk-produk bank syariah tentunya tidak akan berminat untuk menggunakan jasa bank syariah karena mereka menganggap bahwa fasilitas penunjang yang diberikan masih kalah dengan fasilitas yang ditawarkan oleh bank konvensional, kecuali orang yang mempunyai keinginan kuat menabung pada bank syariah dikarenakan menghindari unsur riba. Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah itu sendiri. Secara mudahnya, pandangan masyarakat terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Jika pengetahuan tentang

---

<sup>4</sup>[http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan\\_syariah/pages/statistik-perbankan-syariah---januari-2020.aspx](http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan_syariah/pages/statistik-perbankan-syariah---januari-2020.aspx).

<sup>5</sup> Devi Listiana, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Memilih Bank Konvensional Dari Pada Bank Syariah (Studi Kasus Kecamatan Benai)', (2017).307



bank syariah rendah maka dalam memandang dan keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah pastinya rendah pula.

Masyarakat Desa Lambara Harapan Mayoritas beragama Islam, Berdasarkan data dari hasil sensus penduduk masyarakat Desa Lambara Harapan pada tahun 2021 jumlah penduduk sebanyak 1561 jiwa penduduk muslim Tetapi kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum menggunakan jasa perbankan syariah. Berdasarkan dari hasil observasi yang penulis lakukan di Desa Lambara Harapan, seperti yang penulis ketahui bahwa jumlah masyarakat muslim yang ada di Desa Lambara Harapan, dari data sensus penduduk sebanyak 1561 jiwa tetapi sejauh ini masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang bank syariah, kebanyakan masyarakat muslim yang menggunakan jasa bank konvensional untuk menyimpan dana dan bertransaksi ketika melakukan pembelian atau penjualan ditempat yang berjajanan. Berdasarkan dari hasil observasi yang penulis lakukan dari Bank Syariah dan Bank Konvensional bahwa Masyarakat yang menggunakan Bank Konvensional di Desa Lambara Harapan sebanyak 520 orang di banding Masyarakat yang menggunakan Bank Syariah sebanyak 42 orang. Di mana hal itu menyebabkan masyarakat lebih memilih bank konvensional dari pada bank syariah, padahal bank syariah dalam menjalankan operasionalnya itu berdasarkan Al-quran dan Hadits yang menjadi dasar hukum dari agama islam. Menurut beberapa penelitian hal ini terjadi karena kurangnya sosialisasi atau promosi yang dilakukan pihak perbankan syariah tentang sistem operasionalnya.<sup>6</sup> pada hasil peneliti yang telah dilakukan oleh Arif Ahmadi bahwa faktor-faktor yang memengaruhi nasabah memilih bank konvensional dan bank syariah adalah lokasi dan promosi. Sedangkan pada peneliti yang dilakukan oleh Puji Lestari, faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa perbankan syariah

---

<sup>6</sup> Hasil pengamatan atau Observasi, 14 juli 2021.

memilih untuk bertransaksi di bank konvensional adalah agama. Faktor produk yang memengaruhi masyarakat muslim dalam memilih bank konvensional dari hasil penelitian Marisa Antasia Monica & Nurul Imamah.

Berawal dari kondisi di atas, merupakan suatu hal yang menarik untuk ditelaah, diteliti dan dicermati faktor apa sajakah yang lebih dominan memengaruhi keputusan masyarakat muslim Desa Lambara Harapan untuk menggunakan bank konvensional. Sehingga peneliti mengambil judul. **“Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Produk Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan Menjadi Nasabah Bank BRI Unit Wotu ”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap keputusan masyarakat muslim Desa Lambara Harapan mejadi nasabah di Bank Konvensional?
2. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat muslim Desa Lambara Harapan menjadi nasabah di Bank Konvensional?
3. Apakah ada pengaruh produk terhadap keputusan masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan menjadi nasabah di Bank Konvensional?

### **C. Tujuan Peneliti**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari peneliti ini yaitu:

1. Untuk menguji bagaimana pengaruh Lokasi terhadap keputusan masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan menjadi nasabah di Bank Konvensional.
2. Untuk menguji bagaimana pengaruh Promosi terhadap keputusan masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan menjadi nasabah di Bank Konvensional.

3. Untuk menguji bagaimana pengaruh Produk terhadap keputusan masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan menjadi nasabah di Bank Konvensional.

#### **D. Manfaat Peneliti**

##### 1. Secara teoritis

Secarah teoritis penelitian ini dibutuhkan dapat memberikan manfaat menjadi sumber bahan bacaan tentang pengetahuan perbankan syariah, dalam hal ini mengenai dampak pengaruh lokasi, promosi dan produk terhadap keputusan masyarakat muslim desa lambara harapan memilih menjadi nasabah bank konvenen di banding bank syariah.

##### 2. Secara praktis

- a. Bagi penulis, Peneliti ini sebagai upaya peroses pembelajaran dalam kegiatan penelitian dan untuk memperoleh gambaran dalam bentuk mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih produk Bank Syariah dan produk Bank Konvensional.
- b. Bagi akademis, Dengan adanya penelitian ini,dapat memberikan pengaruh seperti bertambahnya pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah sehingga dapat mendorong masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah, Dan penelitian ini di juga diharapkan mampu memberikan wawasan pengetahuan terhadap penulis dalam hal motivasi masyarakat untuk menabung di bank syariah.

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar dalam rangka menyusun penelitian ini. Kegunaannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu dan menjadi pembeda di antara peneliti:

- a. Ayu Retno Sari (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “ Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah “ (Studi kasus Masyarakat muslim di Kabupaten Bantul, Yogyakarta). Penelitian ini menggunakan data primer dengan memberikan kuesioner kepada masyarakat muslim di kab. Bantul yang tidak menabung di bank syariah, dengan menggunakan sampel 100 responden. Metode yang digunakan adalah regresi linear. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel pengetahuan dan promosi secara individual berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di kab. Bantul untuk menabung di bank syariah dengan nilai signifikan di bawah alpha 0,005 sedangkan variabel lokasi secara individual berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim kab. Bantul untuk menabung di bank syariah.<sup>7</sup> Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu variabel yang akan diteliti hanya variabel lokasi, promosi, dan keputusan. Dan daerah yang akan menjadi tempat penelitian ini yang akan dilakukan di Desa Lambara Harapan Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur.
- b. Atwal Arifin dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Produk,

---

<sup>7</sup> Ayu Retno Sari, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah (Studi kasus masyarakat muslim di kabupaten Bantul, Yogyakarta, 2019), h. 18

- c. Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Surakarta “Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta dan BTN Syariah Cabang Surakarta. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitiannya menunjukkan pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap masyarakat memilih bank syariah. Sedangkan produk dan promosi tidak berpengaruh terhadap masyarakat memilih bank syariah.<sup>8</sup> Perbedaan dari penelitian yang ini dengan penelitian yang akan diteliti dilakukan yaitu variabel yang akan diteliti Lokasi, promosi. akan menjadi tempat penelitian ini yang akan dilakukan di Desa Lambara Harapan Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur.
- d. Rahayu Saraswati melakukan penelitian tentang “faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim tidak memilih bank syariah di kota Yogyakarta”. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menggunakan model logit menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim Yogyakarta untuk tidak memilih bank syariah dipengaruhi oleh fasilitas layanan dan lokasi dari pada tingkat bagi hasil, hadiah dan tingkat religiusitas. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat muslim Yogyakarta merupakan konsumen yang rasional yang mempertimbangkan secara rasional mengenai fasilitas yang diberikan dan layanan yang cepat dan tepat serta didukung lokasi yang dapat dijangkau sehingga dapat menunjang kelancaran dalam bertransaksi.<sup>9</sup> Perbedaan

---

<sup>8</sup> Atwal Arifin, Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Surakarta, 2018

<sup>9</sup> Rahayu Saraswati Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Tidak Memilih Bank Syariah Di Kota Yogyakarta, 2018.

- e. dari penelitian yang ini dengan penelitian yang akan diteliti dilakukan yaitu variabel yang akan diteliti Pengetahuan, Lokasi, promosi. Akan menjadi tempat penelitian ini yang akan dilakukan di Desa Lambara Harapan Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur.

## **B. Deskripsi Teori**

### **1. Lokasi**

#### **a. Defenisi lokasi**

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini lokasi merupakan tempat dimana diperjual belikan produk perbankan dan pengendalian bank. Bank yang terletak dalam lokasi strategis memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Menentukan lokasi merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan. Lokasi kantor mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi.

Pemilihan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dengan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha dimasa mendatang. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan. Dan yang terakhir, apabila nilai lokasi memburuk akibat perubahan lingkungan yang dapat terjadi setiap waktu, mungkin saja usaha tersebut dipindahkan atau ditutup. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

- 1) Pemberi jasa mendatangi konsumen Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- 2) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung Berarti service provider dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, computer atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antar kedua belah pihak dapat terlaksana.<sup>10</sup>

Lokasi adalah tempat dimana usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ketujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Dalam Al quran surah At-Taubah:24 dapat dijelaskan:<sup>11</sup>

قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِنُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ ﴿٢٤﴾

Terjemahan:

“Katakanlah, jika Bapak-bapak, anak-anak, saudara-saudara, istri-istri kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatirkan kerugiannya, dan rumah-rumah tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai dari pada Allah dan RasulNya, dan

<sup>10</sup> Anwaliana huluk fatmiati, ‘Pengaruh Pengetahuan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan Pada Bank Syariah Di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo’, 2019.12

<sup>11</sup> Junadia, ‘Pengaruh Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada BNI Syariah KCP Tomoni (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur) SKRIPSI’, 2019.

berjihad di jalan-Nya maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan-Nya. Dan Allah tidak memberikan petunjuk kepada orang pasik”.<sup>12</sup>

b. Faktor- faktor pemilihan lokasi

Ada beberapa faktor yang dapat digunakan sebagai pengukuran lokasi, antara lain:

- 1) Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau
- 2) Visibilitas yaitu kemudahan untuk dilihat
- 3) Tempat parkir yang luas dan nyaman
- 4) Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan
- 5) Persaingan yaitu lokasi dengan pesaing sejenis
- 6) Peraturan pemerintah<sup>13</sup>

## 2. Promosi

a. Pengertian promosi

Pengertian promosi menurut Kotler dan Armstrong, promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Menurut Rangkuti, promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Setelah melihat definisi-definisi tersebut di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan atau menginformasikan manfaat dari sebuah produk dan jasa

<sup>12</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Bandung: Syaamil Quran, 2007): 125

<sup>13</sup> Retno wulan nilasari, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menabung Di Bank Syariah', 2020.33



kepada konsumen untuk mendorong dan membujuk konsumen untuk membeli produk dan jasa tersebut.<sup>14</sup>

Salah satu yang perlu diperhatikan dari sudut pandang syariah dalam promosi adalah bahwa betapa banyak promosi saat ini yang mengandung kebohongan dan penipuan. Promosi yang dibenarkan dalam muamalah adalah berdasarkan prinsip syariah yaitu promosi yang jujur, transparan, dan menjelaskan apa adanya. Sebagaimana tertuang dalam Al-Quran Surah An-Nisa : 145 sebagai berikut:<sup>15</sup>

إِنَّ الْمُنَافِقِينَ فِي الدَّرَكِ الْأَسْفَلِ مِنَ النَّارِ وَلَنْ تَجِدَ لَهُمْ نَصِيرًا ﴿١٤٥﴾

Terjemahan:

orang-orang munafik itu (ditempatkan) pada tingkatan yang paling bawah dari neraka. Dan kamu sekali-kali tidak akan mendapat seorang penolongpun bagi mereka.<sup>16</sup>

b. Sarana promosi

1) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Periklanan juga disebut sebagai bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.

<sup>14</sup> makhdaleva hanura tajudin dan ade sofyon mulazid, 'Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mamrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok', 8.1 (2017), 19-46.

<sup>15</sup> Dolly afrizal Rambe, 'Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Alwasliyah Medan)', 2019.11

<sup>16</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Bandung: Syaamil Quran, 2007): 101

Komunikasi yang dilakukan oleh sponsor bersifat massal karena menggunakan media massa seperti radio, televisi, surat kabar, majalah, surat pos, papan nama, dan sebagainya

#### 2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan adalah kegiatan pemasaran yang mendorong pembelian konsumen dan efektifitas pengcernya. kegiatan-kegiatan tersebut yaitu: pertunjukan, pameran, peragaan, demonstrasi dan sebagainya. Biasanya kegiatan ini dilakukan bersama-sama dengan kegiatan promosi lain dan biayanya relatif lebih murah dibandingkan periklanan dan penjualan personal

#### 3) Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan bagian dari fungsi yang lebih luas, disebut hubungan masyarakat dan meliputi usaha-usaha untuk menciptakan serta mempertahankan hubungan yang menguntungkan antara organisasi pemerintah, penyalur, serikat buruh, disamping juga calon pembeli. Komunikasi dengan masyarakat luas dengan hubungan masyarakat ini dapat mempengaruhi kesan terhadap sebuah organisasi maupun produk atau jasa yang ditawarkan. Berbeda dengan periklanan, komunikasi yang disampaikan dalam publisitas ini berupa berita, bukan iklan.

#### 4) Penjualan pribadi (*personal selling*)

Penjualan pribadi merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah. Penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam, sampai dengan pejabat bank. Secara khusus kegiatan personal selling dapat diwakili oleh account officer

atau financial advisor. Namun juga dapat dilakukan dengan merekrut tenaga-tenaga wiraniaga untuk melakukan penjualan door to door.<sup>17</sup>

### 3. Produk

#### a. Pengertian produk

Produk secara umum adalah sesuatu yang diciptakan oleh perusahaan agar dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan. Dalam perbankan, produk berupa jasa yang manfaatnya dapat dirasakan oleh nasabah. Produk sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya, apa pun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk.

Produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk yang berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan oleh bank akan memberikan berbagai keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.<sup>18</sup>

Firmal Allah swt dalam Al-Quran surah Al-Baqrah ayat: 168 sebagai berikut:

---

<sup>17</sup> Gita rizol luzumi, 'Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di Bri Syariah Kc Madium', 2019.17-18.

<sup>18</sup> Gita rizol luzumi, 'Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di Bri Syariah Kc Madium', 2019.14

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemaha:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.<sup>19</sup>

Menurut Syaikh Imam Al-Qurthubi, dalam bukunya yang berjudul Tafsir Al-Qurthubi/Syaikh Imam Al-Qurthubi, makna kata halal itu sendiri adalah melepaskan atau membebaskan. Dan kata ini disebut halal karena ikatan larangan yang mengikat sesuatu itu telah dilepaskan. Sahal bin Abdillah mengatakan : ada tiga hal yang harus dilakukan jika seseorang ingin terbebas dari neraka, yaitu memakan makanan yang halal, melaksanakan kewajiban, dan mengikuti jejak Rasulullah saw.

Kemudian janganlah kamu mengikuti langkah dan perbuatan syetan. Dan setiap perbuatan yang tidak ada dalam syariat maka perbuatan itu nisbatnya kepada syetan. Allah swt juga memberitahukan bahwa syetan adalah musuh dan tentu saja pemberitahuan dari Allah swt adalah benar dan terpercaya. Oleh karena itu bagi setiap makhluk yang memiliki akal semestinya berhati-hati dalam menghadapi musuh ini yang telah jelas sekali permusuhannya dari zaman nabi Adam AS. Syetan telah berusaha sekuat tenaga, mengorbankan jiwa dan sisa hidupnya untuk merusak keadaan anak

<sup>19</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Bandung: Syaamil Quran, 2007): 25

cucu Adam As.<sup>20</sup> Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi konsumennya. Sedangkan, kualitas produk merupakan



---

<sup>20</sup> Syeikh Imam Al-Qurthubi, Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), 481- 483

kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Armstrong, dan Tjiptono Menyebutkan bahwa produk mempunyai lima karakteristik yaitu:

- 1) Mempunyai keistimewaan tertentu
- 2) Kualitas
- 3) Kemasan
- 4) Pemberian merek<sup>21</sup>

b. Karakteristik produk

1) Intangibility (*tidak berwujud*)

Artinya, jasa tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau dimiliki. Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah perbuatan, tindakan, pengalaman, proses dan kinerja. Hal ini yang menyebabkan jasa tidak dapat dilihat, dirasa atau diraba sebelum dibeli.

2) Inseparability (*tidak terpisahkan*)

Artinya, antara si pembeli jasa dengan penjual jasa saling berkaitan. Barang biasanya diproduksi, dijual kemudian di konsumsi. Sedangkan jasa terlebih dahulu dijual, diproduksi dan dikonsumsi.

3) Variability (*bervariasi atau beraneka ragam*)

Artinya, jasa dapat diperjualbelikan dalam berbagai bentuk. Jasa merupakan banyak bentuk, kualitas dan jenis tergantung jasa tersebut di produksi.

---

<sup>21</sup> Muara Hamdani simamora, 'Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Kabupaten Sumalaungun', 2019.

#### 4) Perishability Perishability

berarti mudah lenyap atau tidak tahan lama. Maksudnya jasa tidak dapat disimpan, begitu jasa dibeli, maka akan segera dikonsumsi.

#### c. Tingkatan produk

##### 1) Manfaat inti (*Core Benefits*)

Adalah manfaat yang sebenarnya yang dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh nasabah atau konsumen.

##### 2) Produk dasar (*Basic Product*)

Adalah produk dasar yang merubah manfaat pokok produk paling dasar.

##### 3) Produk harapan (*Expected Product*)

Adalah kondisi produk secara normal yang diharapkan untuk dibeli oleh nasabah pada saat membeli produk tersebut.

##### 4) Produk Pelengkap (*Augmented Product*)

Adalah produk yang dilengkapi dengan manfaat, sehingga nasabah dapat membedakan dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.

##### 5) Produk potensial (*Potensial Product*)

Adalah produk tambahan yang mungkin dapat dikembangkan untuk produk dimasa depan atau dimasa mendatang.<sup>22</sup>

#### 4. Keputusan nasabah

##### a. Pengertian keputusan

Keputusan adalah sebuah proses dalam menyelesaikan suatu masalah yang terdiri dari beberapa tahap yaitu mengetahui tentang masalah, pencarian informasi, adanya penilaian alternatif, memberikan keputusan pembelian dan

<sup>22</sup> Gita rizol luzumi, 'Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di Bri Syariah Kc Madium', 2019..13-16

tindakan setelah pembelian yang dilakukan konsumen. Pengambilan suatu keputusan merupakan proses dimana seseorang berusaha memahami masalah-masalah dan peluang-peluang yang selanjutnya akan diselesaikan. Pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dapat memberikan petunjuk tentang keputusan yang akan diambil dengan harapan keputusan tersebut dapat memberikan perubahan yang diinginkan.<sup>23</sup>

Menurut Schiffman dan Kanuk keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dalam memutuskan menggunakan suatu produk, seseorang akan dihadapkan pada beberapa pilihan produk.<sup>24</sup> Konsumen harus bisa memecahkan permasalahan tersebut dengan mengetahui manfaat atau tingkat kepuasan ketika menggunakan produk tersebut. Pengambilan keputusan dalam agama Islam harus didasarkan pada prinsip adil. Dalam proses mencari informasi tentang suatu hal perlu adanya sikap hati-hati dalam menerima informasi sebelum memutuskan suatu perkara. Firman Allah SWT dalam Q.S Al-hujurat ayat 6:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنْ جَاءَكُمْ فَاَسِقُ بِنَبِيٍّ فَتَبَيَّنُوْا اَنْ تُصِيبُوْا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ

نَدِمِيْنَ

<sup>23</sup> Faisal umardani Hasibuan & Rahma Wahyuni, „Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah ( Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa )“, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6.No. 01 (2020), 29 <<http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/790/486>>.

<sup>24</sup> Faisal umardani Hasibuan & Rahma Wahyuni, „Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah ( Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa )“, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6.No. 01 (2020), 29 <<http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/790/486>>.



Terjemahan:

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.<sup>25</sup>

Ayat diatas menjelaskan tentang perintah kepada manusia apabila datang kepada kalian seseorang yang fasik dengan membawa suatu berita, maka janganlah kamu bertindak terlebih dahulu, tapi periksalah kejelasan berita itu dan berusaha mengetahui hal yang sebenarnya, dan janganlah kamu bersandar kepada perkataannya, karena orang yang tidak peduli melakukan kefasikan, lebih-lebih ia takkan peduli berbuat dusta dan tidak menjaga diri dari kedustaan, sangat sulit dipercaya. Hal itu perlu dilakukan agar kamu jangan sampai melakukan penganiayaan terhadap suatu kaum yang kamu tidak mengetahui hal ihwal (kejadian) mereka, sehingga menyebabkan kamu menyesal atas tindakan yang terlanjur kamu lakukan dan berangan-angan sekiranya kamu tidak berbuat demikian.<sup>26</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa manusia harus berhati-hati dalam menerima informasi. Ketika seseorang ingin memutuskan sesuatu maka terlebih dahulu mencari atau meneliti tentang hal tersebut. Begitupun dalam proses pengambilan keputusan untuk menggunakan suatu produk harus dilakukan dengan hati-hati dan mengikuti tahapan yang telah ada.

<sup>25</sup> Departemen Agama RI, Al- Qur'an dan Terjemahan ,(Bandung: Syaamil Quran, 2007):516

<sup>26</sup> Ahmad Mushtafa Al-Maraghi, Tafsir Al-Maragi, Terj.K.Anshori Umar Sitanggal,(Searang: Toha Putra, 1993),hlm.212

b. Tahap-tahap dalam pengambilan keputusan Menurut Kotler dan Keller tahap-tahap dalam pengambilan keputusan ada 5 tahap yaitu:

- 1) Pengenalan masalah atau kebutuhan Keputusan untuk menggunakan suatu produk diawali dengan mengetahui masalah atau kebutuhan yang diinginkan. Kebutuhan konsumen terhadap suatu produk itu berbeda-beda. Konsumen akan mencari tahu produk apa yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dengan mengetahui apa yang dibutuhkan maka konsumen dapat menentukan produk yang akan digunakan.
- 2) Pencarian informasi Setelah mengetahui tentang masalah atau kebutuhannya, konsumen akan berpikir untuk mencari informasi yang lebih akurat. Pencarian informasi tersebut bisa dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Secara langsung dilakukan dengan cara mengunjungi tempat yang menjadi sasaran kebutuhan. Sedangkan secara tidak langsung yaitu dengan melihat informasi di televisi, koran, majalah dan lain sebagainya.
- 3) Evaluasi alternatif Setelah mengetahui informasi yang akurat tentang produk yang diinginkan, selanjutnya konsumen melakukan penilaian dan menganalisis terhadap pilihan yang ada dan menentukan langkah berikutnya.
- 4) Keputusan pembelian Setelah melalui beberapa tahap sebelumnya, konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tersebut atau tidak. Tahap ini meliputi keputusan konsumen terhadap produk yang akan dibeli, memutuskan untuk membeli produk atau tidak, waktu dan tempat pembelian, dan sistem pembayaran pembelian produk.
- 5) Perilaku pasca pembelian Setelah melalui tahap pembelian produk, konsumen kemudian memberikan penilaian tentang kepuasan produk tersebut. Bisa saja konsumen akan mengalami ketidakpuasan terhadap produk itu disebabkan

- 6) oleh produk tersebut tidak sesuai dengan gambaran sebelumnya. Ketika konsumen merasa puas dengan produk tersebut maka besar kemungkinan konsumen tersebut akan terus menggunakan produk itu.<sup>27</sup>

## 5. Masyarakat muslim

### a. Pengertian masyarakat muslim

Masyarakat muslim adalah sejumlah manusia yang yang hidup bersama dalam suatu tempat yang terkait oleh suatu kebudayaan, kebiasaan, tradisi, sikap dan perasaan yang sama yang menganut agama islam. Masyarakat islam adalah masyarakat terbuka yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan kehidupan secara universal, tanpa memandang asal usul suku bangsa dan perbedaan agama.<sup>28</sup> Masyarakat Islam adalah kelompok manusia yang mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan agama, yakni agama islam.<sup>29</sup>

Sedangkan menurut buku yang berjudul sistem masyarakat Islam dalam al-quran dan sunnah karanga dari Dr. Yusuf Qardhawi bahwa masyarakat islam merupakan masyarakat yang berbeda dengan masyarakat manapun, baik keberadaanya maupun karakternya, Ia merupakan masyarakat yang rabbani, insani ahlak dan masyarakat

## 6. Bank Konvensional

### a. Pengertian bank konvensional

Bank Konvensional yaitu bank yang aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya, memberikan dan mengenakan

<sup>27</sup> Philip kotler & Kevin lane keller, *Manajeme Pemasaran* (Jakarta: Erlangga,2009) ,hlm.184-190.

<sup>28</sup> Devi Listiana, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Memilih Bank Konvensional Dari Pada Bank Syariah (Studi Kasus Kecamatan Benai)',( 2017).307

<sup>29</sup> Dr. H. Agus Ahmad Safei, M. Ag. *Sosiologi Agama* (jakarta: simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 130.

imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam persentase tertentu dari dana untuk suatu periode tertentu. Persentase tertentu ini biasanya ditetapkan per tahun. (Triandaru, 2017) .

**b. Peran bank**

- 1) Pengumpul dana (tabungan) dan pemberi kredit.
- 2) Tempat menabung yang efektif-produktif bagi masyarakat
- 3) Mempercepat dan memperlancar masa pembayaran dengan inkaso, pemindahan, kliring dll.
- 4) Stabilisasi moneter dengan mengukur JUB melalui paket – paket perbankan.
- 5) Keamanan tabungan lebih terjamin.

**c. Fungsi Perbankan**

Fungsi utama perbankan di Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Secara umum dapat dikategorikan menjadi dua fungsi yaitu fungsi perantara dan fungsi transmisi. (iska, 2018).

- 1) Fungsi Perantara Menyediakan kuasa untuk aliran dana dari mereka yang mempunyai dana yang tidak dimanfaatkan atau kelebihandana selaku penabung dan pemberi pinjaman kepada mereka yang memerlukan atau kekurangan dana untuk memenuhi berbagai kepentingan selaku peminjam.
- 2) Fungsi Transmisi Berkaitan dengan peranan bank dalam urusan pembayaran dan peredaran uang dengan menciptakan instrument uang kartal dan giral yang dapat diambil serta dipindahtangankan.<sup>30</sup>

**7. Bank Syariah.**

a. pengertian bank konvensional

---

<sup>30</sup> Arif Ahmadi, 'Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Atau Konvensional Studi Kasus Di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri Thefactors', 2016.17

Bank berasal dari kata Italia banco yang artinya bangku. Bangku inilah yang dipergunakan oleh bankir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi bank. (Hasibuan, 2002)

Definisi bank syariah menurut Muhammad sebagai berikut : Bank Islam adalah lembaga keuangan yang operasionalnya dikembangkan berlandaskan pada AlQur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW. (Muhammad, 2002) Syarif Arbi mendefinisikan bank syariah adalah : Bank yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan manusia akan jasa perbankan, dengan teknik perbankan yang dilakukan terjauh dari yang bertentangan dengan ajaran agama Islam. (Syarif,).<sup>31</sup>

Dalam buku Zainuddin Ali (2008) bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, bank syariah biasa disebut Islamic banking atau interest fee banking, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (riba), spekulasi (maisir), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (gharar).<sup>32</sup>

Adapun perbedaan bank syariah dan bank konvensional yaitu menurut Syafi'I Antonio (Iska) yaitu: **Tabel:1.1**

<b>Bank Konvensional</b>	<b>Bank Syariah</b>
Berorientasi pada kepentingan pribadi.	Berorientasi pada kepentingan publik.

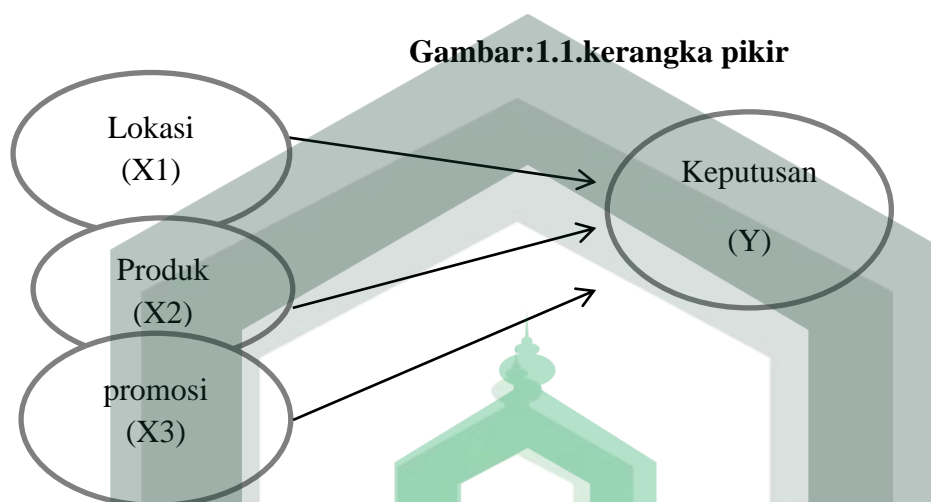
<sup>31</sup> Arif Ahmadi, 'Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Atau Konvensional Studi Kasus Di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri Thefactors', 2016.11

<sup>32</sup> Sartika asrafianti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Di Kota Binjai Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah" (Skripsi,ekonomi dan bisnis,universitas sumatera utara medan 2017)hlm,19.

Senantiasa bersifat bebas nilai (materialistis)	Dalam pelayanan tidak bebas nilai (berdasarkan prinsip islam).
Uang dianggap sebagai barang komoditi.	Uang dianggap sebagai alat tukar saja dan tidak dianggap sebagai komoditi.
Investasi yang dilakukan relatif laus karena termasuk kegiatan halal dan haram.	Investasi yang dilakukan relatif terbatas karena yang dilakukan hanya kegiatan yang halal saja.
Hukum dengan nasabah berbentuk kreditur-debitur.	Hubungan dengan nasabah berbentuk kemitraan.
Dalam operasinya menggunakan perangkat sistem bunga.	Dalam operasinya menggunakan sistem bagi hasil, jual-beli atau sewa.
Aktivitas hanya berorientasi untuk mencapai keuntungan saja.	Aktivitas tidak hanya berorientasi untuk mencapai keuntungan saja tetapi juga untuk mencapai falah.
Tidak memiliki dewan pengawasan syariah sehingga penghimpunan dan penyaluran dana tidak berdasarkan fatwa.	Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa dewan pengawasan syariah.

### C. Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu keputusan menjadi nasabah sebagai variabel terikat (*dependent*) yang dilambangkan dengan huruf Y, dan faktor lokasi, promosi dan produk sebagai variabel bebas (*independent*) yang dilambangkan dengan huruf X. Untuk lebih jelasnya kerangka dasar penelitian tersebut dilihat pada skema di bawah ini:



### D. Hipotesis

Hipotesis (dugaan sementara) dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Artinya hipotesis akan menjadi acuan jika telah dibuktikan kebenarannya melalui penelitian.

#### 1. Pengaruh Lokasi (X1) Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan Menjadi Nasabah Bank Konvensional (Y)

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh lokasi secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim desa lambara harapan menjadi nasabah bank konvensional.

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh lokasi secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim desa lambara harapan menjadi nasabah bank konvensional.

**2. Pengaruh Promosi (X2) Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan Menjadi Nasabah Bank Konvensional (Y)**

H0 : Tidak terdapat pengaruh promosi secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim desa lambara harapan menjadi nasabah bank konvensional.

H1 : Terdapat pengaruh lokasi secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim desa lambara harapan menjadi nasabah bank konvensional.

**3. Pengaruh Produk (X3) Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan Menjadi Nasabah Bank Konvensional (Y)**

H0 : Tidak terdapat pengaruh produk secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim desa lambara harapan menjadi nasabah bank konvensional.

H1 : Terdapat pengaruh produk secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim desa lambara harapan menjadi nasabah bank konvensional.

**4. Pengaruh Lokasi (X1), Promosi (X2) Dan Produk (X3) Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan Menjadi Nasabah Bank Konvensional (Y)**

H0 : Tidak terdapat pengaruh lokasi, promosi, dan produk secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim Desa Lambara Harapan menjadi nasabah bank konvensional.

H1 : Terdapat pengaruh lokasi, promosi, dan produk secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim Desa Lambara Harapan menjadi nasabah bank konvensional.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data berupa angka yang dilakukan secara empiris dengan tujuan agar dapat memberikan gambaran tentang objek yang akan dikaji.<sup>33</sup>

#### B. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Lambara Harapan kecamatan Burau Kabupaten Luwu timur.

#### C. Definisi Operasional

Untuk mengetahui tentang gambar yang jelas tentang judul penelitian, maka diberikan definisi dan batasan operasional sebagai berikut:

**Tabel 2.1**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Lokasi(X1)	Tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya adalah beberapa macam	a. Akses b. Visibilitas c. Lingkungan d. Tempat parkir <sup>34</sup>

<sup>33</sup> Sartika Asrifianti” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Di Kota Binjai Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah”.(Skripsi,Ekonomi dan Bisnis,Universitas Sumatera Utara, 2017). Hlm39.

<sup>34</sup> Retno wulan nilasari.33

		lokasi kantor bank yaitu lokasi pusat kantor cabang utama,cabang pembantu kantor kas dan lokasi mesin-mesin tunai (ATM)	
2	Promosi (X2)	Segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk perusahaan kepada para konsumen dan untuk membujuk konsumen agar membeli produk perusahaan	a. Periklanan( <i>advertising</i> ) b. Penjualan perseorangan( <i>personal selling</i> ) c. Publisitas( <i>publicity</i> ) d. Promosi penjualan
3	Produk (X3)	Kumpulan berbagi macam informasi mengenain produk, merek,terminology produk,atribut atau fitur produk, harga	a. Mempunyai keistimewaan tertentu b. Kualitas c. Kemasan d. Pemberian

		produk dan kepercayaan mengenai produk	merek
4	Keputusan menjadi nasabah (Y)	Merupakan suatu yang diputuskan oleh seseorang tentang suatu produk yang ditawarkan oleh sebuah organisasi baik itu barang atau jasa.	<p>a. Pengenalan masalah atau kebutuhan</p> <p>b. Pencarian informasi</p> <p>c. Evaluasi alternatif</p> <p>d. Keputusan pembelian</p> <p>e. Perilaku pasca pembelian.<sup>35</sup></p>

#### D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang ada di Desa Lambara harapan, Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur, yang menjadi nasabah Bank Konvensional dengan jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 520 orang.<sup>36</sup>

Teknik penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus solvin sebagai berikut:

<sup>35</sup> Philip kotler & Kevin lane keller, *Manajeme Pemasaran* (Jakarta: Erlangga,2009) ,hlm.184-190.

<sup>36</sup> Andri Farista, Karyawan BRI, Wawancara ,kantor BRI Unit Wotu, Tanggal 04 Oktober 2021.

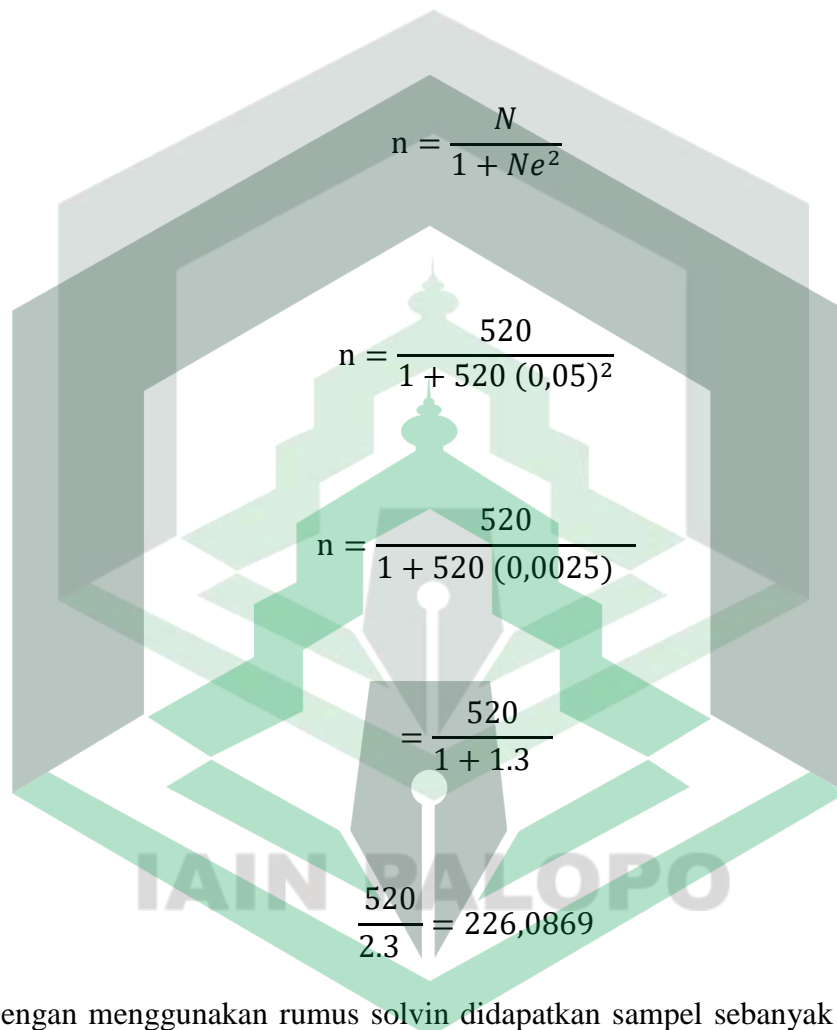
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan:

n = jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Toleransi kesalahan yaitu 5%



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

$$n = \frac{520}{1 + 520 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{520}{1 + 520 (0,0025)}$$

$$= \frac{520}{1 + 1.3}$$

$$\frac{520}{2.3} = 226,0869$$

Dengan menggunakan rumus solvin didapatkan sampel sebanyak 226 kemudian teknik pengambilan sampel penelitian ini yaitu dengan cara simple random sampling. Teknik ini merupakan pengambilan sampel secara acak, sehingga seluruh populasi memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk di jadikan sampel.<sup>37</sup>

### E. Jenis data yang digunakan

<sup>37</sup>Ayoe Niken Pratiwi” Analisa Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Untuk Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus di Kota Surakarta)”. (Skripsi,Ekonomi,Universitas Sebelas Maret Surakarta 2018) hlm.51.

### 1. Data primer

Adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data dalam hal objek penelitian.

### 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari kajian-kajian literasi seperti buku, jurnal dan artikel yang mempunyai hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.

## **F. Teknik pengumpulan data**

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner atau angket. Kuesioner digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh Lokasi, Promosi dan Produk Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan Menjadi Nasabah Bank Konvensional.

## **G. Instrumen penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam kegiatan pengumpulan data agar kegiatan yang dilakukan menjadi sistematis dan dapat mempermudah peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket, dimana kuesioner ini terdiri dari 4 bagian yaitu pertanyaan yang berhubungan dengan variabel lokasi, promosi, produk dan keputusan menjadi nasabah dengan menggunakan skala liker yang berhubungan dengan pernyataan sikap, pendapat dan persepsi seseorang terhadap sesuatu. Pernyataan dalam kuesioner ini di dasarkan pada indikator yang ada pada masing-masing variabel. Masing-masing instrumen penelitian akan di beri jawaban dan nilai sebagai berikut:

Sangat setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Cukup setuju = 3

Tidak setuju (ST) = 2

Sangat tidak setuju (STS) = 1

**Tabel 3.2**  
**Kisi-kisai instrumen**

Variabel	Indikator	Item	No Butir
		Bank konvensional berada di lokasi yang mudah di jangkau sarana transportasi umum	1
	Akses	Tersedia jaringan ATM yang tersebar luas sehingga mempermudah untuk di jangkau	2
		Letak bank konvensional tidak jauh dari tempat tinggal	3
		Bank konvensional berada dilokasi yang dekat dengan pusat bisnis dan pusat perbelanjaan	4
	Vasibilitas	Petunjuk jalan menuju bank konvensional sangat jelas	5
		Bank konvensional berada di lokasi yang dapat dilihat jelas dari tepi jalan	6

Lokasi (X1)	Lingkungan	Bank konvensional berada ditempat yang lingkungan aman	7
		Tersedianya pos-pos keamanan di sekitar gedung bank konvensional	8
		Keamana dan kenyamanan lokasi menjadi pertimbangan dalam memilih bank	9
	Tempat parkir	Bank konvensional memiliki tempat parkir yang luas dan aman	10
		Lalulintas disekitar bank konvensional lancar	11
		Kondisi tempat parkir di bank konvensional tersusun rapi dan teratur	12
		saya menggunakan bank konvensional karena sering mendengar informasi melalui media informasii setiap hari	13
		bank konvensional memasang spanduk bank di lakosi tertentu	14

Promosi (X2)	Periklanan	yang strategis	
		bank konvensional menawarkan kemudahan dan fasilitas pembiayaan melalui media televisi	15
	Penjualan perseorangan	karyawan bank konvensional yang ramah layanan kepada nasabah	16
		karyawan bank konvensional menjelaskan secara rinci tentang produk yang ada di bank konvensional	17
		Fasilitas yang diberikan bank konvensional sangat bermanfaat	18
		bank konvensional mengikuti pameran di pusat perbelanjaan	19
		bank konvensional melakukan sosialisasi produk dilokasi keramaian	20
		Bank konvensional sering melakukan sponsor dalam	21
		Publisitas	



		kegiatan kemasyarakatan/olahraga	
		Karyawan bank konvensional memberikan dorongan kepada saya untuk menggunakan produk yang ada di bank konvensional	22
	Promosi penjualan	Saya memakai jasa bank konvensional karena ditawarkan langsung oleh karyawan bank konvensional	23
		Karyawan bank konvensional memberikan pelayanan dengan tepat sesuai dengan yang saya inginkan	24
		Bank konvensional memiliki produk tabungan dan investasi yang beragam	25
		Bank konvensional memberikan produk sesuai dengan kebutuhan saya	26
	Mempunyai keistimewaan tertentu	prosedur pembukaan rekening bank konvensional mudah di pahami	27

Produk (X3)	Kualitas	produk bank konvensional bisa saya percaya untuk menyimpan uang saya dan bebas dari resiko kehilangan	28
		fasilitas dari produk bank konvensional mudah ditemui	29
		produk bank Konvensional sudah begitu familiar dengan berbagai kualitas fasilitasnya	30
	Kemasan	Bank konvensional memberikan jaminan keamanan pada nasabahnya	31
		Tabungan bank konvensional memiliki fitur yang lengkap	32
		Bank konvensional memiliki produk-produk perbankan yang beragam menarik dan inovatif	33
	Pemberian	Bank konvensional telah meraih berbagai prestasi sehingga saya percaya menggunakan bank konvensional	34
		Bank konvensional memberikan	

	merek	kemudahan dalam bertransaksi sehingga memenuhi kebutuhan masyarakat	35
		ATM tabungan bank konvensional bisa di cantumkan nama pemilik	36
Pengenalan masalah atau kebutuhan		saya memutuskan memilih bank konvensional setelah berbagai pertimbangan informasi dan saran yang saya dapatkan	37
		saya memutuskan memilih bank konvensional karena kemudahan bertransaksi dengan orang-orang terdekat saya	38
		saya menggunakan bank konvensional karena kualitas produnya yang baik	39
		sebelum menggunakan bank konvensional terlebih dahulu mencari informasi tentang bank konvensional	40

Keputusan (Y)	Pencarian informasi	saya mengetahui informasi tentang Bank konvensional secara Langsung maupun tidak langsung	41
		saya memilih bank konvensional karena adanya rekomendasi dari keluarga, kerabat ataupun teman	42
	Evaluasi alternatif	melakukan transaksi di Bank konvensional sangatlah mudah dan menyenangkan	43
		saya tertarik untuk menyimpan dana di bank konvensional karena mempunyai banyak pilihan produk atau jasa yang menguntungkan nasabah	44
		saya merasa puas dengan produk-produk yang di tawarkan Bank Konvensional	45
		saya memilih menggunakan Bank Konvensional karena banyak masyarakat yang menggunakan bank konvensional	46

	Keputusan pembeli	saya memilih menggunakan Bank konvensional karena kemaun saya sendiri	47
		bank konvensional menawarkan produk sesuai kebutuhan memberikan kemudahan bagi Nasabah	48

## H. Teknik Uji Instrumen

### 1. Uji Validas

Uji validitas merupakan teknik analisis data untuk menguji valid atau tidaknya suatu pertanyaan yang diajukan. Untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu data dapat dilihat dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel) maka data tersebut dinyatakan valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang mengukur tingkat kepercayaan dari suatu pengukuran. Apabila dalam beberapa kali proses pengukuran terhadap objek yang sama diketahui nilainya juga relatif sama maka dapat dikatakan bahwa konsistensi pengukuran yang baik. Untuk mengetahui nilai reliabilitas suatu variabel dapat dilihat pada koefisien Cronbach Alpha. Apabila nilai koefisien Cronbach Alpha lebih besar dari 0.60 maka variabel dapat dikatakan reliable.

## I. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik statistik adalah data yang kerap kali digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel

yakni teknik korelasi. Analisis menggunakan teknik kuantitatif yaitu analisis pada objek dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian. Dalam penelitian ini analisis yang akan digunakan untuk mengetahui pengaruh lokasi, produk dan sosial, terhadap keputusan masyarakat muslim memilih menjadi nasabah di bank konvensional. Bagian pertama dari analisis ini adalah analisis uji validitas kuesioner dan uji reabilitas kuesioner. Untuk pengujian validitas dan reabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS.<sup>38</sup>

### **1. Uji asumsi klasik**

- a. Uji Normalitas Uji normalitas merupakan teknik analisis data untuk mengetahui tingkat kenormalan suatu data. Uji ini dapat dilihat dari nilai Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai sig. pada Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan normal.
- b. Uji Multikolonieritas Uji multikolonieritas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel independen (bebas). Uji ini dapat diketahui dengan melihat nilai yang ada pada VIF (Variance Inflating Factor). Apabila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.
- c. Uji heterokedastisitas Uji heterokedastisitas merupakan teknik analisis data yang bertujuan untuk menguji adanya ketidaksamaan variance residual dari dua pengamatan yang berbeda. Ketika variance residual dari dua pengamatan tersebut berbeda, maka terdapat heterokedastisitas.

---

<sup>38</sup> Desiana & Dewi Susilowati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya" jurnal: Ilmu Akuntansi, 11 No. 1 (2018) hlm.29. <<http://core.ac.uk/download/pdf/305078586.pdf>>.

## 2. Uji regresi berganda

Uji regresi berganda dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk melihat besar kecilnya pengaruh dari variabel maka dapat dilihat pada nilai koefisien regresi. Uji ini menganalisis apakah hubungan yang dihasilkan itu positif atau negatif.

## 3. Uji signifikasi parameter individual (Uji T)

Uji T merupakan analisis data untuk menggambarkan hubungan antara pengaruh satu variabel independen (bebas) secara individual terhadap variabel dependen (terikat). Tujuan dari uji T yaitu untuk mengetahui apakah variabel bebas (independent) berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel terikat (dependent).

## 4. Uji signifikasi simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menganalisis bahwa apakah pada semua variabel independen (bebas) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat).

## 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada model regresi linier berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya ( $R^2$ ). R Square ( $R^2$ ) atau kuadrat R, yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angka ini diubah kedalam bentuk %, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambara Umum Objek Penelitian**

###### **a. Sejarah Singkat Desa Lambara Harapan**

Desa Lambara Harapan merupakan salah satu desa dari 3 desa hasil pemekaran di wilayah kecamatan Burau tahun 2011 berdasarkan peraturan Daerah Kabupaten Luwu Timur No. 42 Tahun 2011. Tahun 1977 merupakan tahun awal Desa Lambara Harapan dibuka oleh tokoh masyarakat Lambara Harapan, di mana pada waktu itu pemerintahan kabupaten Luwu Timur masih satu dengan kabupaten Luwu, seiring dengan perputaran waktu kabupaten Luwu mekar menjadi dua kabupaten yakni Luwu Timur dan Luwu Utara, dimana Desa Lambara Harapan berada dalam wilayah pemerintahan Desa Lewonu Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Utara.

Desa Lambara Harapan sekarang berada dalam wilayah Kabupaten Luwu Timur, hal ini berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2003 tentang pembentukan Kabupaten Luwu Timur dan Kabupaten Mamuju Utara di Provinsi Sulawesi Selatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 27, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4270 ). Dalam sejarah sampai saat Desa Lambara Harapan tercatat dua kali pemekaran kabupaten, satu kali pemekaran kecamatan dan dua kali pemekaran desa.

Jumlah penduduk Desa Lambara Harapan terdiri atas 1559 jiwa, yang terdiri dari laki-laki sebanyak 796 jiwa dan perempuan sebanyak 763 jiwa. Desa Lambara Harapan terbagi menjadi dua dusun yaitu dusun landuri dan dusun marannu. Penduduk Desa Lambara Harapan Sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani (sawah), wirausaha dan pegawai negeri sipil.



Batas wilayah Desa Lambara Harapan yaitu sebelah utara berbatasan dengan Desa Laro, sebelah timur berbatasan dengan Desa Lera, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Balo-balo dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Laro. Luas wilayah Desa Lambara Harapan sekitar 349,5 Ha yang terdiri dari area persawahan, perkebunan, dan sisanya adalah wilayah pemukiman penduduk. Desa Lambara Harapan memiliki keadaan topologi yaitu dataran rendah.

b. Visi dan Misi Desa Lambara Harapan

1) Visi

Menghadirkan pemerintah desa yang bermartabat, transparan, kredibel dan akuntabel sehingga terwujud masyarakat yang sejahtera, aman, damai, dan harmonis.

2) Misi

- (a) Niat tulus ikhlas untuk berbakti kepada masyarakat, agama, bangsa dan negara.
- (b) Mengoptimalkan kinerja perangkat desa secara maksimal sesuai tugas pokok dan fungsi perangkat desa demi tercapainya pelayanan yang baik bagi masyarakat desa.
- (c) Memberikan pelayanan yang baik dan prima kepada masyarakat tanpa memandang suku, ras, etnis serta agama.
- (d) Berperan aktif dalam setiap kegiatan kemasyarakatan, baik itu kegiatan keagamaan, social serta budaya.
- (e) Memberikan rasa aman, damai serta adil kepada masyarakat pada konteks ringan sama di jinjing berat sama dipikul, duduk sama rendah berdiri sama tinggi.

## 2. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat Desa Lambara Harapan Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur yang menjadi nasabah di Bank Konvensional Cabang Wotu. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 520 jiwa. Adapun jumlah sampel atau responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 84 jiwa yang ditentukan dengan menggunakan teknik simple random sampling. Setiap responden diberikan kuesioner atau angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan.

### 3. Deskripsi responden

Masyarakat Desa Lambara Harapan memiliki karakteristik yang berbeda-beda, oleh karena itu dalam penelitian ini data responden yang digunakan adalah jenis kelamin, dan umur. Adapun gambaran umum deskripsi responden sebagai berikut:

#### a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

Jenis kelamin	Responden	Persentase
Laki-laki	125	55%
Perempuan	101	45%
Jumlah	226	100%

Berdasarkan tabel di atas tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa dari 226 responden terdiri atas 125 orang atau 55% responden berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 101 orang atau 45% responden berjenis kelamin perempuan.

#### b. Karakteristik berdasarkan umur.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik responden berdasarkan umur**

<b>Umur</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase</b>
20 – 35	81 Responden	35%
36 – 40	49 Responden	22%
41 – 60	48 Responden	21%
61-80	48 Responden	21%
Jumlah	226	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang berumur 20 – 35 tahun sebanyak 81 responden atau 35%, kemudian jumlah responden yang berumur 36 – 40 tahun berjumlah 49 responden atau 22%, kemudian jumlah responden dengan umur 41 – 60 tahun berjumlah 48 responden atau 21%. Dan jumlah responden yang berumur 61-35 tahun berjumlah 48 responden atau 21%.

### 3) Hasil Analisis Data

Dalam menganalisis data penulis menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji regresi koefisien determinasi, uji F dan T.

#### a. Uji validitas dan Reabilitas

Hasil uji menggunakan bantuan aplikasi SPSS Version 22, di peroleh hasil terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan untuk variabel lokasi, promosi, produk dan keputusan adapun hasil output perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel di bawa ini:

1. Uji validitas variabel lokasi (X1)

**Tabel 4.5**  
**Hasil uji validitas variabel lokasi (X1)**

Variabel	No Item	R	Keterangan
Lokasi (X1)	X1.1	0.630	Valid
	X1.2	0.715	Valid
	X1.3	0.567	Valid
	X1.4	0.810	Valid
	X1.5	0.806	Valid
	X1.6	0.724	Valid
	X1.7	0.803	Valid
	X1.8	0.773	Valid
	X1.9	0.853	Valid
	X1.10	0.640	Valid
	X1.11	0.627	Valid
	X1.12	0.778	Valid

Sumber: Data yang diolah dari SPSS versi 22

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi yang terdiri dari 12 item pernyataan yang diajukan keseluruhannya valid karena nilai r hitung dari setiap pernyataan lebih besar dari pada nilai r tabel (0.5324).

## 2. Uji validitas variabel promosi (X2)

**Tabel 4.6**  
**Hasil uji validitas variabel promosi (X2)**

Variabel	No Item	R	Keterangan
Promosi (X2)	X2.1	0.956	Valid
	X2.2	0.971	Valid

	X2.3	0.865	Valid
	X2.4	0.818	Valid
	X2.5	0.749	Valid
	X2.6	0.899	Valid
	X2.7	0.947	Valid
	X2.8	0.956	Valid
	X2.9	0.956	Valid
	X2.10	0.599	Valid
	X2.11	0.904	Valid
	X2.12	0.572	Valid

Sumber: Data yang diolah dari SPSS versi 22

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi yang terdiri dari 12 item pernyataan yang diajukan keseluruhannya valid karena nilai  $r$  hitung dari setiap pernyataan lebih besar dari pada nilai  $r$  tabel (0.5324).

### 3. Uji validitas variabel produk (X3)

**Tabel 4.7**  
**Hasil uji validitas variabel (X3)**

Variabel	No Item	R	Keterangan
	X3.1	0.720	Valid
	X3.2	0.854	Valid
	X3.3	0.912	Valid
	X3.4	0.856	Valid
	X3.5	0.912	Valid
	X3.6	0.880	Valid

Produk (X3)	X3.7	0.853	Valid
	X3.8	0.958	Valid
	X3.9	0.958	Valid
	X3.10	0.949	Valid
	X3.11	0.598	Valid
	X3.12	0.780	Valid

Sumber: Data yang diolah dari SPSS versi 22

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel produk yang terdiri dari 12 item pernyataan yang diajukan keseluruhannya valid karena nilai  $r$  hitung dari setiap pernyataan lebih besar dari pada nilai  $r$  tabel (0.5324).

#### 4. Uji validitas variabel keputusan (Y)

**Tabel 4.8**  
**Hasil uji validitas variabel keputusan (Y)**

Variabel	No Item	R	Keterangan
Keputusan (Y)	Y1	0.690	Valid
	Y2	0.579	Valid
	Y3	0.848	Valid
	Y4	0.900	Valid
	Y5	0.595	Valid
	Y6	0.817	Valid
	Y7	0.835	Valid
	Y8	0.867	Valid
	Y9	0.867	Valid
	Y10	0.781	Valid
	Y11	0.672	Valid

	Y12	0.867	Valid
--	-----	-------	-------

Sumber: Data yang diolah dari SPSS versi 22

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan yang terdiri dari 12 item pernyataan yang diajukan keseluruhannya valid karena nilai  $r$  hitung dari setiap pernyataan lebih besar dari pada nilai  $r$  tabel (0.5324).

## 5. Uji reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk apakah pernyataan-pernyataan dalam kuesioner penelitian konsisten atau tidak atau variabel dikatakan reliabel apabila memiliki cronbachs Alpha  $> 0,05$ . Uji reabilitas perhitungan diantu dengan menggunakan program aplikasi SPSS version 22. Adapun hasil dari perhitungan dapat dilihat pada hasil output SPSS dibawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil uji reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Lokasi (X1)	0.912	Reliabel
Promosi (X2)	0.965	Reliabel
Produk (X3)	0.962	Reliabel
Keputusan (Y)	0.932	Reliabel

Sumber: Data yang diolah dari SPSS versi 22

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi,promosi,produk dan keputusan bersifat reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.05.

## b. Uji asumsi klasik

### 1. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorov smirnov. Jika signifikansinya  $> 0,05$  maka tidak berdistribusi normal dan sebaliknya. Jika signifikansinya  $< 0,05$  maka tidak berdistribusi normal. Perhitungan uji normalitas dengan menggunakan kolmogorov smirnov di bantu dengan aplikasi SPSS 22 for windows dengan hasil yaitu:

**Tabel 4.10**  
**Hasil uji normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		226
Normal Paramete rs <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std.Deviation	5,64819956
Most Extreme Differec es	Absolute	,063
	Positive	,041
	Negetive	-,063
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,029 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan output diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp.sig. (2-tailed) yaitu 0,029 lebih besar dari 0,05 ( $0,029 > 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji normalitas pada data dapat dikatakan normal.

## 2. Uji multikolonieritas.

Uji multikolonieritas dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerance. Multikolonearitas terjadi jika nilai-nilai tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  maka dikatakan tidak menjadi multikolonearitas.



**Tabel 4.11**  
**Hasil uji multikolonieritas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized coefficients	T	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	14,367	2,560		5,616	,000		
Lokasi	,027	,045	-,034	-,607	,544	,866	1,154
Promosi	,345	,058	,395	5,984	,000	,616	1,625
Produk	,278	,063	,298	4,409	,000	,588	1,702

a. Dependen Variabel Keputusan

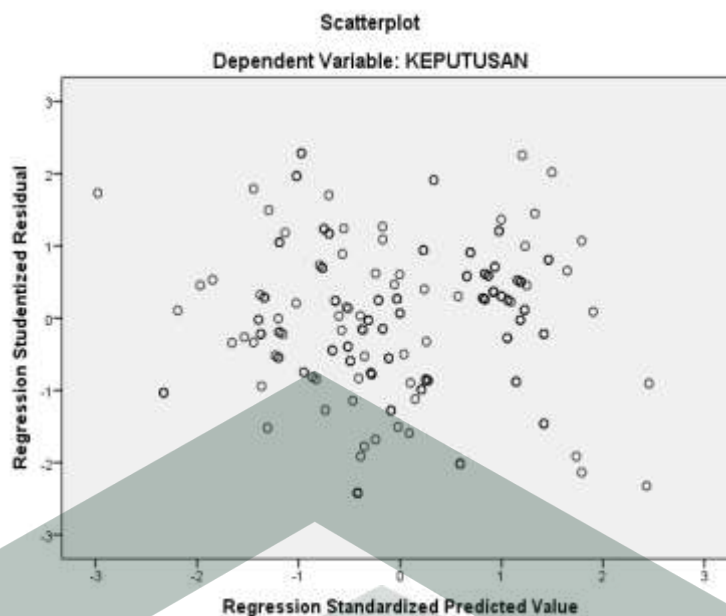
Berdasarkan uji multikolonieritas diatas diketahui bahwa nilai tolerance ketiga variabel kurang dari 0,1 dan VIF (*Variance Inflating Factor*) lebih dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Lokasi, promosi dan produk tidak terjadi multikolonieritas.

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot regresi. metode ini dilakukan dengan cara melihat grafik scatterplot antara standarlies predicted value (ZPRED) dengan studenies (SRESID), ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y merupakan Y yang telah di prediksi dan sumbu X merupakan residual (Y prediksi Y sesungguhnya). Dasar pengambilan keputusan yaitu:

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

**Gambar 4.2 Hasil uji heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar diatas tidak terdapat suatu pola tertentu kecuali adanya titik-titik yang menyebar dibawah dan diatas angka nol pada sumbu Y dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

**c. Uji regresi berganda**

Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya yaitu mengetahui apakah tiga pengaruh variabel lokasi, promosi, dan produk terhadap keputusan masyarakat muslim Desa Lambara Harapan menjadi nasabah di bank konvensional. Maka dapat diketahui hasilnya pada hasil output, SPSS 22 For windows di bawah ini:

**Tabel 4.13**  
**Hasil uji regresi linear berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,376	2,560		5,616	,000

LOKASI	,027	,045	-,034	-,607	,544
PROMOSI	,345	,058	,395	5,984	,000
PRODUK	,278	,063	,298	4,409	,000
a. Dependen Variabel KEPUTUSAN					

Dari tabel diatas, maka hasil yang diperoleh di masukkan dalam persamaan

sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 14,376 + 0,027X_1 + 0,345X_2 + 0,278X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X1 = Lokasi

X2 = Promosi

X3 = Produk

a = Nilai Konstan

b1,b2,b3. = Koefisien regresi

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstan keputusan (Y) sebesar 14,376 yang menyatakan jika variabel Lokasi(X1), Promosi(X2) dan Produk(X3) sama dengan nol maka keputusan menjadi nasabah adalah sebesar 14,376.
- 2) Koefisien X1 sebesar 0,027 artinya apabila tanggapan responden negatif atas variabel Lokasi berkurang sebesar 1% maka keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah bank konvensional akan mengalami peningkatan sebesar 0,027
- 3) . Koefisien X2 sebesar 0,345 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X2 sebesar 1% maka keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional meningkat sebesar 0,345 (34,5%) atau sebaliknya setiap terjadi

penurunan variabel X2 sebesar 1% maka keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah bank konvensional menurun sebesar 0,345 (34,5%).

- 4) Koefisien X3 sebesar 0,278 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X3 sebesar 1% maka keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional meningkat sebesar 0,278 (27,8%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X3 sebesar 1% maka keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional akan menurun sebesar 0,278 (27,8%).

Hasil tabel analisis regresi di atas menunjukkan bahwa hasil dari Lokasi menurun di mana variabel lokasi X1 bertanda (-) sedangkan variabel Promosi X2 dan Produk X3 memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional yang ditunjukkan dengan hasil yang meningkat dimana Promosi dan produk bertanda (+).

#### 1. Uji signifikansi parameter individual (Uji T)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel dependen (pengetahuan, lokasi dan promosi) secara individu berpengaruh terhadap variabel dependent (kurangnya minat masyarakat muslim). Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi sebagai berikut:

- a. Jika  $\text{Sig.} < 0,05$  maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent
- b. Jika  $\text{Sig.} > 0,05$  maka variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

**Tabel 4.14**  
**Hasil uji signifikansi parameter individual (T)**

Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized coefficients	Standardized coefficients		

Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig
(Constant)	14,376	2,560		5,616	,000
LOKASI	,027	,045	-,034	-,607	,544
PROMOSI	,345	,058	,395	5,984	,000
PRODUK	,278	,063	,298	4,409	,000
a. Dependen Variabel KEPUTUSAN					

- a. Uji T pada variabel Lokasi (X1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Berdasarkan tabel diatas di ketahui nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ( $0,607 < 1,970$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima dengan kata lain tidak terdapat pengaruh antara variabel Lokasi terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional.
- b. Uji T pada variabel promosi (X2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $5,984 > 1,970$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak, dengan kata lain variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional.
- c. Uji T pada variabel produk (X3) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $4,409 > 1,970$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak dengan kata lain variabel produk berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional.
2. Uji signifikansi simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara serentak (simultan) terhadap variabel independen. Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi sebagai berikut:

- a. jika sig. < 0,05 maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent
- b. jika sig. > 0,05 maka variabel independent secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

**Tabel 4.15**  
**Hasil uji signifikansi simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4888,793	3	1629,598	50,400	,000 <sup>b</sup>
Residual	7177,986	222	32,333		
Total	12066,799	225			
b. Dependent Variable: Keputusan					
c. . Predictors: (Constant), Produk, Lokasi, Promosi					

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikansi untuk variabel lokasi (X1), promosi (X2) dan produk (X3) secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ( $50,400 > 2,65$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokai (X1), promosi (X2), dan produk (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional (Y).

### 3. Uji koefisien determinasi (R Square)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi untuk tiga variabel bebas digunakan R Square.

Adapun hasil uji koefisien determinasi padat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.16**  
**Hasil uji koefisien determinasi (R Square)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,637	,405	,397	5,686
<b>a. Predictors: (Constant), PRODUK, LOKASI, PROMOSI</b>				

Berdasarkan tabel diatas R square sebesar 0,405 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel lokasi (X1), promosi (X2), dan produk (X3). Terhadap keputusan menjadi nasabah sebesar 40,5% , sedangkan sisanya ( $100\% - 40,5\% = 59,5\%$  ), dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Dengan melihat hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Lokasi, Promosi dan Produk berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional.

## B. Pembahasan

### 1. Uji signifikansi parameter individual (Uji T)

- a. Pengaruh Lokasi (X1) terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional (Y).

Berdasarkan uji statistik dengan menggunakan SPSS yaitu tidak terdapat pengaruh positif tetapi signifikan antar variabel X1 yaitu lokasi dengan variabel Y yakni keputusan. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil uji T dimana di peroleh nilai T hitung  $0,607 < 1,970$  T tabel kemudian signifikan lebih besar dari 0,05 ( $0,544 > 0,05$ ). Hal ini tidak sesuai dengan teori yang

dikemukakan oleh Lupiyoadi dan Hamdani Lokasi suatu bank akan mempengaruhi suatu kelancaran dari suatu perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwalina Hulul yang menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim menjadi nasabah bank konvensional.

- b. Pengaruh promosi (X2) terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional (Y).

Berdasarkan hasil uji statistik pada uji T mengenai pengaruh variabel X2 terhadap Y didapatkan hasil yaitu variabel promosi atau X2 memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim desa lambara harapan menjadi nasabah bank konvensional. Dari hasil pengujian data diperoleh nilai T hitung  $>$  T tabel ( $5,984 > 1,970$ ). Dan untuk nilai sig  $<$  0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Penelitian ini mendukung dan sejalan dengan penelitian Muhammad Wimman Zulfikar yang menyatakan bahwa secara parsial variabel promosi terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel keputusan masyarakat muslim. Jadi, hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menabung pada Bank Konvensional.

- c. Pengaruh produk (X3) terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional (Y).

Berdasarkan hasil uji statistik pada uji T mengenai pengaruh variabel X3 terhadap Y didapatkan hasil yaitu variabel produk atau X3 memberikan



pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim desa lambara harapan menjadi nasabah bank konvensional. Dari hasil pengujian data diperoleh nilai T hitung  $>$  T tabel ( $4,409 > 1,970$ ). Dan untuk nilai sig  $<$   $0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Penelitian ini mendukung dan sejalan dengan penelitian Marza Afrina variabel produk bertanda positif, artinya variabel produk berbanding lurus atau searah dengan keputusan nasabah memilih menabung pada bank konvensional.

Sedangkan dari hasil uji yang dilakukan oleh penulis menggunakan SPSS tersebut dapat disimpulkan bahwa diantara variabel lokasi, promosi, dan produk yang paling dominan adalah variabel promosi (X2), sebesar 39,5% dalam menjelaskan variasi dari variabel keputusan (Y).

## 2. Uji signifikansi simultan (Uji F)

Berdasarkan uji signifikansi simultan (Uji F) terhadap variabel lokasi (X1), promosi (X2), dan produk (X3) terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional (Y) diperoleh nilai F hitung sebesar 50,400 lebih besar dari F tabel yaitu 2,65 ( $50,400 > 2,65$ ) dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti variabel lokasi (X1), promosi (X2), dan produk (X3) berpengaruh searah simultan terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional.

## 3. Uji koefisien determinasi (R square)

Berdasarkan uji koefisien determinasi (R square) di peroleh nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,405 atau 40,5% artinya persentase sumbangan pengaruh variabel lokasi (X1), promosi (X2), dan produk (X3). Terhadap keputusan menjadi nasabah sebesar 40,5% , sedangkan sisanya ( $100\% - 40,5\% =$

59,5% ), dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dengan melihat hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Lokasi, Promosi dan Produk berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional.



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh lokasi, promosi dan produk terhadap keputusan masyarakat muslim Desa Lambara Harapan menjadi nasabah Bank BRI Unit Wotu. Dari ketiga variabel yang paling berpengaruh adalah variabel Promosi (X2) sedangkan variabel Lokasi (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Variabel Y. Oleh karena itu diharapkan kepada pihak perbankan syariah lebih dekat untuk bersosialisasi ke masyarakat muslim Desa Lambara Harapan terhadap produk – produk Perbankan syariah sehingga masyarakat tersebut mengampil keputusan untuk menabung pada bank syariah. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Adapun hasil pengujian secara parsial (Uji T) terhadap variabel Lokasi (X1) di dapatkan nilai t hitung  $0,607 < \text{nilai t tabel } 1,970$  yang berarti bahwa lokasi (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional atau  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Adapun hasil pengujian secara parsial (Uji T) terhadap variabel promosi (X2) di dapatkan nilai t hitung  $5,984 > \text{nilai t tabel } 1,970$  yang berarti bahwa variabel promosi (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional atau  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
3. Adapun hasil pengujian secara parsial (Uji T) terhadap variabel produk (X3) di dapatkan nilai t hitung  $4,409 > \text{nilai t tabel } 1,970$  yang berarti bahwa variabel produk (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional atau  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

4. Berdasarkan uji secara simultan (Uji F) diperoleh F hitung 50,400 > F tabel 2,65 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X1), promosi (X2) dan produk (X3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di bank konvensional. Berdasarkan uji koefisien determinasi (R square) diperoleh nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,405 atau 40,5% artinya persentase sumbangan pengaruh variabel lokasi (X1), promosi (X2), dan produk (X3). Terhadap keputusan menjadi nasabah sebesar 40,5%, sedangkan sisanya ( $100\% - 40,5\% = 59,5\%$ ), dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas saran yang diberikan penulis antara lain:

### 1. Bagi Praktisi

Bagi pihak Bank Syariah semakin dekat Bank Syariah di kalangan masyarakat muslim Desa Lambara Harapan maka akan lebih menarik keputusan masyarakat menabung pada Bank Syariah, dan perbankan Syariah harus lebih memperhatikan masalah sosialisasi dan promosi dilingkungan masyarakat sehingga dapat memberikan peningkatan terhadap keputusan masyarakat muslim untuk memilih Bank Syariah.

### 2. Bagi Peneliti

Hendaknya dapat melakukan penelitian secara luas terhadap masyarakat mengenai keputusannya masyarakat muslim menjadi nasabah di Bank Konvensional sehingga memperoleh hasil yang lebih variatif dan akurat terhadap keputusan masyarakat muslim menjadi nasabah di Bank Konvensional dibanding Bank Syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arif Ahmadi,” Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Atau Konvensional Studi Kasus Di Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri” (Skripsi,Illmu Agama Islama,Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2019), hlm. 12.
- Ayoe Niken Pratiwi, ” Analisi Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Untuk Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus di Kota Surakarta)”. (Skripsi,Ekonomi,Universitas Sebelas Maret Surakarta 2018) hlm.51.
- Dr. H. Agus Ahmad Safei, M. Ag, (2017). *Sosiologi Agama* (jakarta simbiosis Rekatama Media).
- Dr. Sudaryono, (2016). *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: C.V Andi OFFSET)
- Desiana & Dewi Susilowati,” Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya” jurnal:Ilmu Akuntansi, 11 No. 1 (2018) hlm.29. <http://core.ac.uk/download/pdf/305078586.pdf>.
- Muhammad Hadi Akbar Mutawalli, “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim dalam menggunakan jasa bank syariah dimakassar”(Skripsi, Ekonomi dan bisnis islam, UIN Alauddin Makassar,2019) hlm..5
- Noorjannah “ *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Kota Banjar Masin Memilh Menjadi Nasabah Di Bank Konvensional Dibanding Bank Syariah*” (Skripsi, Syariah dan Ekonomi Islam. Universitas Islam Negeri Antasari Banjar Masin, 2017) hlm.1.
- Retno Juwita Nigrum”Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Bertransaksi Dengan Bank Konvensional, (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Angkatan 2015), (Skripsi,Ekonomi Dan Bisnis Islam,IAIN Metro 2019.)hlm. 8.
- Sartika Asrifianti” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Di Kota Binjai Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah”.(Skripsi,Ekonomi dan Bisnis,Universitas Sumatera Utara, 2017). Hlm39.

Yeyen Fitriyani,” Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Kecamatan Ciputat”(Skripsi, Ilmu Terbiaya dan Keguruan, UIN Syarif Hidayatulla Jakarta, 2016), hlm 49.

<http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/pages/statistik-perbankan-syariah---januari-2020.aspx>.

Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Bandung: Syaamil Quran, 2007):

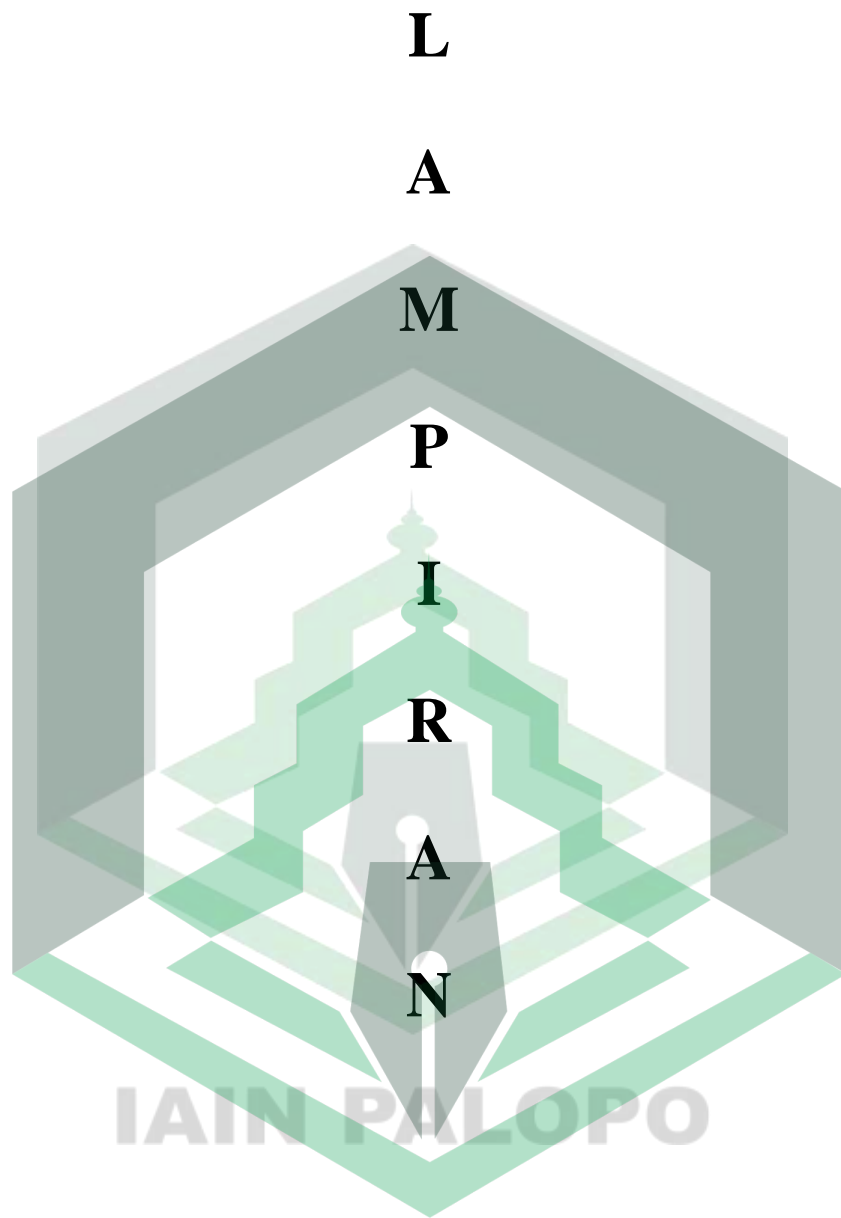
Syeikh Imam Al-Qurthubi, Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), 481- 483

Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 184-190.

Ahmad Mushtafa Al-Maraghi, Tafsir Al-Maraghi, Terj. K. Anshori Umar Sitanggal, (Searang: Toha Putra, 1993), hlm. 212

Faisal Umardani Hasibuan & Rahma Wahyuni, „Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah ( Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa )“, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6.No. 01 (2020), 29  
<<http://www.jurnal.stieaas.ac.id/index.php/jei/article/download/790/486>>.

Syeikh Imam Al-Qurthubi, Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), 481- 483



## Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

**KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI**

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr'i untuk dapat meluangkan waktu sejenak mengisi kuesioner dibawah ini. Hasil dari jawaban Bapak/Ibu/Sdr'i sangat berpengaruh dalam penyelesaian penelitian ini. Adapun karakteristik responden yang dibutuhkan adalah yang menjadi nasabah di Bank Konvensional.

**Identitas Responden**

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin :
- c. Umur :

**Petunjuk pengisian**

- a. Bacalah pertanyaan/ Pernyataan dengan teliti
- b. Anda dapat bertanya langsung dengan penelitian ini jika mengalami kesulitan dalam mengisi kuisisioner ini.
- c. Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu/Sdr'i.
1. Sangat Tidak Setuju (STS)
  2. Tidak Setuju (TS)
  3. Cukup Setuju (CS)
  4. Setuju (S)
  5. Sangat Setuju (SS)

**A. VARIABEL LOKASI (X1)**

No	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Bank konvensional berada di lokasih yang mudah di jangkau sarana transportasi umum					
2	Tersedia jaringan ATM yang tersebar luas sehingga mempermudah untuk di jangkau					
3	Letak bank konvensional tidak jauh dari tempat tinggal					
4	Bank konvensional berada di lokasi yang dekat dengan pusat bisnis dan pusat perbelanjaan					
5	Petunjuk jalan menuju bank konvensional sangat					



	jasas					
6	Bank konvensional berada dilokasi yang dapat dilihat jelas dari tepi jalan					
7	Bank konvensional berada ditempat yang lingkungan aman					
8	Tersedia pos-pos keamanan di sekitar gedung bank konvensional					
9	Keamanan dan kenyamanan lokasi menjadi pertimbangan dalam memilih bank					
10	Bank konvensional memiliki tempat parkir yang luas dan aman					
11	Lalulintas disekitar bank konvensional lancar					
12	Kondisi tempat parkir di bank konvensional tersusun rapi dan teratur					

### B. VARIABEL PROMOSI (X2)

	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1	saya menggunakan bank konvensional karena sering mendengar informasi melalui media informasi setiap hari					
2	bank konvensional memasang spanduk bank di lokasi tertentu yang strategis					
3	Bank konvensional menawarkan kemudahan dan fasilitas pembiayaan melalui media televisi					
4	Karyawan bank konvensional yang ramah layanan kepada nasabah					
5	Karyawan bank konvensional menjelaskan secara rinci tentang produk yang ada di bank konvensional					
6	Fasilitas yang diberikan bank konvensional sangat bermanfaat					
7	Bank konvensional mengikuti pameran di pusat perbelanjaan					
8	Bank konvensional melakukan sosialisasi produk di lokasi keramaian					
9	Bank konvensional sering melakukan sponsor dalam kegiatan masyarakat/olahraga					
10	Karyawan bank konvensional membarikan dorongan kepada saya untuk menggunakan produk yang ada di bank konvensional					
11	Saya memakai jasa bank konvensional karena di tawarkan langsung oleh karyawan bank konvensional					
12	Karyawan bank konvensional memberikan pelayanan dengan tepat sesuai dengan yang saya inginkan					

**C.VARIABEL PRODUK (X3)**

	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Bank konvensional memiliki produk tabungan dan investasi yang beragam					
2	Bank konvensional memberikan produk sesuai dengan kebutuhan saya					
3	Prosedur pembukaan rekening bank konvensional mudah di pahami					
4	Produk bank konvensional bisa saya percaya untuk menyimpan uang saya dan bebas dari resiko kehilangan					
5	Fasilitas dari produk bank konvensional mudah di temui					
6	Produk bank konvensional sudah begitu familiar dengan berbagai kualitas fasilitasnya					
7	Bank konvensional memberikan jaminan keamanan pada nasabanya					
8	Tabungan bank konvensional memiliki fitur yang lengkap					
9	Bank konvensional memiliki produk-produk perbankan yang beragam menarik dan inovatif					
10	Bank konvensional telah merai berbagai prestasi sehingga saya percaya menggunakan bank konvensional					
11	Bank konvensional memberikan kemudahan dalam bertransaksi sehingga memenuhi kebutuhan masyarakat					
12	ATM tabungan bank konvensional bisa di cantumkan nama pemiliknya					

## Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian

**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Jln. Soekarno-Hatta HP. 08 12345 777 56  
 email : [kppt@luwutimurkab.go.id](mailto:kppt@luwutimurkab.go.id) | website : [dpmtsp.luwutimurkab.go.id](http://dpmtsp.luwutimurkab.go.id)  
**MALILI, 92981**

Malili, 1 November 2021

Nomor : 293/DPMPTSP/XI/2021  
 Lampiran : -  
 Perihal : Izin Penelitian

Kepada  
 Yth. Kepala Desa Lambara Harapan  
 Di -  
 Kab. Luwu Timur

Berdasarkan Surat Rekomendasi Tim Teknis Tanggal 1 November 2021 Nomor 293/KesbangPol/X/2021, tentang Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan bahwa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : **NUR ALISA**  
 Alamat : Dsn. Landuri Ds. Lambara Harapan Kec. Burau  
 Tempat / Tgl Lahir : Lambara Harapan / 10 Maret 1998  
 Pekerjaan : Mahasiswa  
 Nomor Telepon : 082324430490  
 Nomor Induk Mahasiswa : 17 0402 0114  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Lembaga : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

Bermaksud melakukan Penelitian di daerah/Instansi Bapak/Ibu sebagai syarat penyusunan Skripsi dengan Judul:

**"PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM DESA LAMBARA HARAPAN MENJADI NASABAH DI BANK KONVENSIONAL"**

Mulai : **1 November 2021 s.d. 1 Februari 2022**

Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya Pemkab Luwu Timur dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan penelitian, kepada yang bersangkutan harus melapor kepada pemerintah setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Menaati semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku, serta mengindahkan adat istiadat Daerah setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil "Laporan Kegiatan" selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari setelah kegiatan dilaksanakan kepada Bupati Luwu Timur Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Luwu Timur.
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak menaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian disampaikan untuk diketahui.



**A.n. Bupati Luwu Timur**  
 Kepala DPMPTSP

**Anda Habi Unru, SE**  
 Pangkat : Pembina Tk.I  
 : 19641231 198703 1 208



Terdusulan : disampaikan kepada Yth :

1. Bupati Luwu Timur (sebagai Laporan) di Malili;
2. Ketua DPRD Luwu Timur di Malili;
3. Camat Burau di Tempat;
4. Desa **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO** di Tempat;
5. S/c. (1) **NUR ALISA** di Tempat.

## Lampiran 3 : Nota Dines Tim Penguji

**NOTADINASTIM PENGUJI**

Palopo 24 Januari 2022

Lam :

Hal : Skripsi Nur Alisa

Kepada Yth.

**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo**  
Di. Palopo

*Assalamualaikum Wr. Hb*

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Nur Alisa

NIM : 17 04020114

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : FEBI

Judul Proposal : PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM DESA LAMBARA HARAPAN MENJADI NASABAH BANK KONVENSIONAL.

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk di uji pada ujian munaqasah.  
Demikian untuk proses selanjutnya.

*Wassalamualaikum Wr. Hb*

1. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M  
Penguji I

2. Ishak, S.EI., MEI  
Penguji II

3. Zaimuddin S, S.E., Mak  
Pembimbing

( )  
( )  
( )



## Lampiran 4 : Hasil Kuesioner Penelitian

## a. Data Kuesioner Penelitian Variabel Lokasi (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Total
1	2	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	48
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	39
4	5	5	2	3	4	4	4	4	5	5	3	3	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
6	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	42
7	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	51
8	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
10	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	56
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
12	4	4	4	4	4	5	3	2	3	2	5	4	44
13	1	5	2	3	3	3	4	2	5	4	4	2	38
14	1	2	2	2	1	4	3	2	5	3	2	3	30
15	1	4	2	5	5	5	2	3	2	3	3	4	39
16	4	1	2	1	5	1	3	3	2	2	2	2	28
17	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	50
18	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	49
19	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	51
20	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	48
21	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	49
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
27	4	3	2	3	3	4	4	2	1	1	5	5	37
28	5	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	53
29	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
30	3	4	5	1	3	4	5	2	3	4	5	5	44
31	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	1	3	49
32	1	3	1	3	1	4	2	5	3	1	2	3	29
33	1	3	5	1	4	1	2	4	1	4	1	3	30
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
35	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	51
36	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	50
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
38	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
40	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	55

41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
42	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	54
43	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	1	3	49
44	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	56
45	3	4	5	4	4	3	5	4	3	5	5	5	50
46	5	5	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	48
47	4	5	3	4	4	3	5	5	3	4	4	3	47
48	4	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	4	49
49	3	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	49
50	4	4	3	5	4	5	3	5	4	4	3	4	48
51	3	4	4	3	5	5	3	4	5	4	5	3	48
52	5	5	5	3	4	5	3	5	4	3	5	4	51
53	3	5	4	3	4	5	5	3	4	4	3	5	48
54	3	5	5	4	4	4	5	3	3	4	3	5	48
55	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	47
56	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	3	3	46
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
59	5	4	4	3	1	2	3	4	5	5	4	3	43
60	5	4	4	1	3	4	2	4	2	2	2	3	36
61	4	3	5	1	3	2	3	4	3	3	2	3	36
62	5	2	5	2	2	2	4	2	3	3	3	3	36
63	5	3	5	1	2	4	4	1	3	3	3	3	37
64	5	1	5	1	4	4	2	1	4	2	2	2	33
65	5	5	5	2	4	5	2	1	4	2	3	4	42
66	5	4	5	3	5	5	5	1	4	1	3	4	45
67	5	4	5	4	5	4	5	3	4	3	3	2	47
68	5	5	5	3	1	2	5	3	4	5	4	3	45
69	5	4	5	2	2	2	4	3	2	2	4	1	36
70	5	5	5	1	3	2	4	5	3	2	3	4	42
71	5	5	5	2	4	2	2	5	3	1	4	2	40
72	5	4	5	2	5	2	1	5	2	2	4	2	39
73	5	4	5	1	4	4	1	5	2	3	4	4	42
74	5	5	5	2	3	4	2	4	2	3	2	5	42
75	5	5	5	1	2	2	3	4	3	3	3	5	41
76	5	4	5	3	1	1	4	4	3	3	3	5	41
77	5	4	5	3	2	2	5	4	3	4	4	5	46
78	5	4	5	4	2	1	4	4	4	4	4	4	45
79	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54
80	1	2	3	4	5	2	5	5	5	5	2	2	41
81	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	1	49
82	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	52
83	5	5	5	5	5	2	2	4	4	3	3	5	48
84	5	5	5	5	5	1	2	3	5	5	5	5	51
85	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	56

86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
88	5	5	4	4	3	5	2	2	4	5	3	5	47
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
91	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
93	5	4	3	4	2	1	1	1	2	2	1	3	29
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
95	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
96	2	3	2	4	1	2	3	2	1	2	3	2	27
97	1	5	2	3	3	3	4	2	5	4	4	2	38
98	1	2	2	2	1	4	3	2	5	3	2	3	30
99	1	4	2	5	5	5	2	3	2	3	3	4	39
100	4	1	2	1	5	1	3	3	2	2	2	2	28
101	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	50
102	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	49
103	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	51
104	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	48
105	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	49
106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
111	4	3	2	3	3	4	4	2	1	1	5	5	37
112	5	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	53
113	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
114	3	4	5	1	3	4	5	2	3	4	5	5	44
115	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	1	3	49
116	1	3	1	3	1	4	2	5	3	1	2	3	29
117	1	3	5	1	4	1	2	4	1	4	1	3	30
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
119	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	51
120	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	50
121	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
122	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
123	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
124	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	55
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
126	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	54
127	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	1	3	49
128	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	56
129	3	4	5	4	4	3	5	4	3	5	5	5	50
130	5	5	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	48

131	4	5	3	4	4	3	5	5	3	4	4	3	47
132	4	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	4	49
133	3	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	49
134	4	4	3	5	4	5	3	5	4	4	3	4	48
135	3	4	4	3	5	5	3	4	5	4	5	3	48
136	5	5	5	3	4	5	3	5	4	3	5	4	51
137	3	5	4	3	4	5	5	3	4	4	3	5	48
138	3	5	5	4	4	4	5	3	3	4	3	5	48
139	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	47
140	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	3	3	46
141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
142	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
143	5	4	4	3	1	2	3	4	5	5	4	3	43
144	5	4	4	1	3	4	2	4	2	2	2	3	36
145	4	3	5	1	3	2	3	4	3	3	2	3	36
146	5	2	5	2	2	2	4	2	3	3	3	3	36
147	5	3	5	1	2	4	4	1	3	3	3	3	37
148	5	1	5	1	4	4	2	1	4	2	2	2	33
149	5	5	5	2	4	5	2	1	4	2	3	4	42
150	5	4	5	3	5	5	5	1	4	1	3	4	45
151	5	4	5	4	5	4	5	3	4	3	3	2	47
152	5	5	5	3	1	2	5	3	4	5	4	3	45
153	5	4	5	2	2	2	4	3	2	2	4	1	36
154	5	5	5	1	3	2	4	5	3	2	3	4	42
155	5	5	5	2	4	2	2	5	3	1	4	2	40
156	5	4	5	2	5	2	1	5	2	2	4	2	39
157	5	4	5	1	4	4	1	5	2	3	4	4	42
158	5	5	5	2	3	4	2	4	2	3	2	5	42
159	5	5	5	1	2	2	3	4	3	3	3	5	41
160	5	4	5	3	1	1	4	4	3	3	3	5	41
161	5	4	5	3	2	2	5	4	3	4	4	5	46
162	5	4	5	4	2	1	4	4	4	4	4	4	45
163	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54
164	1	2	3	4	5	2	5	5	5	5	2	2	41
165	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	1	49
166	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	52
167	5	5	5	5	5	2	2	4	4	3	3	5	48
168	5	5	5	5	5	1	2	3	5	5	5	5	51
169	1	2	2	2	1	4	3	2	5	3	2	3	30
170	1	4	2	5	5	5	2	3	2	3	3	4	39
171	4	1	2	1	5	1	3	3	2	2	2	2	28
172	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	50
173	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	49
174	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	51
175	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	48



176	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	49
177	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
178	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
179	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
180	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
181	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
182	4	3	2	3	3	4	4	2	1	1	5	5	37
183	5	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	53
184	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
185	3	4	5	1	3	4	5	2	3	4	5	5	44
186	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	1	3	49
187	1	3	1	3	1	4	2	5	3	1	2	3	29
188	1	3	5	1	4	1	2	4	1	4	1	3	30
189	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
190	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	51
191	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	50
192	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
193	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
195	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	55
196	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
197	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	54
198	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	1	3	49
199	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	56
200	3	4	5	4	4	3	5	4	3	5	5	5	50
201	5	5	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	48
202	4	5	3	4	4	3	5	5	3	4	4	3	47
203	4	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	4	49
204	3	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	49
205	4	4	3	5	4	5	3	5	4	4	3	4	48
206	3	4	4	3	5	5	3	4	5	4	5	3	48
207	5	5	5	3	4	5	3	5	4	3	5	4	51
208	3	5	4	3	4	5	5	3	4	4	3	5	48
209	3	5	5	4	4	4	5	3	3	4	3	5	48
210	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	47
211	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	3	3	46
212	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
213	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
214	5	4	4	3	1	2	3	4	5	5	4	3	43
215	5	4	4	1	3	4	2	4	2	2	2	3	36
216	4	3	5	1	3	2	3	4	3	3	2	3	36
217	5	2	5	2	2	2	4	2	3	3	3	3	36
218	5	3	5	1	2	4	4	1	3	3	3	3	37
219	5	1	5	1	4	4	2	1	4	2	2	2	33
220	5	5	5	2	4	5	2	1	4	2	3	4	42



35	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	34
36	4	3	3	4	4	2	2	2	2	3	2	3	34
37	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	43
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
40	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	35
41	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	40
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	1	5	1	3	5	1	3	5	1	3	5	1	34
44	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	50
45	3	5	4	3	5	3	4	5	3	4	4	5	48
46	3	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	5	49
47	5	5	3	4	3	5	4	3	3	3	5	3	46
48	5	5	3	4	4	5	3	5	3	3	4	5	49
49	4	4	5	5	4	3	4	5	5	3	3	4	49
50	3	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	50
51	5	5	5	2	3	3	4	3	3	4	5	5	47
52	3	4	5	3	5	4	4	5	3	4	4	5	49
53	5	5	5	1	2	1	1	1	5	4	3	5	38
54	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	3	5	51
55	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	51
56	3	4	5	3	4	4	4	4	3	5	5	4	48
57	3	2	4	5	1	1	4	4	5	2	2	2	35
58	5	5	4	4	3	3	2	2	2	2	1	1	34
59	2	1	2	2	2	3	3	4	5	3	1	4	32
60	3	3	3	3	5	4	3	3	1	2	3	1	34
61	2	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	49
62	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	5	4	36
63	3	2	4	4	4	4	4	2	5	5	5	5	47
64	2	2	3	4	4	3	4	4	2	3	3	3	37
65	5	1	3	5	4	5	2	3	4	4	2	3	41
66	5	2	3	4	3	5	5	5	2	1	4	3	42
67	2	2	2	4	5	5	1	3	4	4	2	2	36
68	5	2	2	4	4	5	2	2	3	3	1	1	34
69	2	3	3	5	3	5	4	3	3	4	3	3	41
70	2	3	2	2	3	5	2	2	2	2	1	3	29
71	3	3	2	3	3	5	3	2	1	1	1	5	32
72	4	4	2	4	2	5	3	5	5	4	1	3	42
73	5	5	4	2	2	5	3	5	5	1	3	4	44
74	5	4	4	4	2	5	4	3	2	3	3	4	43
75	5	4	5	3	2	5	2	3	4	4	3	2	42
76	3	3	5	3	1	5	2	2	3	3	3	5	38
77	4	1	5	3	1	5	1	2	2	3	3	5	35
78	5	5	5	3	3	2	1	2	3	4	5	4	42
79	2	2	2	3	2	1	2	3	4	4	2	1	28

80	3	3	3	4	4	4	4	2	1	1	2	3	34
81	2	4	2	2	2	4	4	1	1	2	2	3	29
82	2	1	4	4	4	4	4	4	3	3	1	1	35
83	3	3	3	3	5	5	4	1	1	1	3	4	36
84	1	2	3	4	4	3	5	5	3	2	2	2	36
85	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	3	4	49
86	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	53
87	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
88	4	4	5	4	5	2	3	4	3	2	2	4	42
89	2	3	1	3	1	3	1	5	1	3	4	2	29
90	5	2	1	3	1	3	1	4	1	2	1	3	27
91	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
92	3	5	4	4	3	5	4	5	3	4	5	4	49
93	5	3	1	3	1	2	3	5	1	2	3	2	31
94	1	2	3	4	1	3	4	3	1	3	2	3	30
95	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	55
96	3	3	1	2	1	3	2	3	1	2	3	2	26
97	1	5	2	4	4	5	3	4	1	2	5	3	39
98	4	1	5	2	3	3	3	2	5	1	2	3	34
99	1	4	2	4	2	1	3	3	2	1	3	1	27
100	3	1	2	2	1	2	3	1	2	2	1	3	23
101	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	49
102	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	48
103	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	46
104	4	4	1	1	1	5	5	4	4	4	4	4	41
105	4	3	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	45
106	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	54
107	3	3	1	2	4	3	4	1	5	2	4	5	37
108	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	54
109	2	3	4	3	3	5	5	5	1	2	3	1	37
110	2	2	4	3	1	1	3	4	1	2	1	1	25
111	5	5	5	5	5	5	1	2	3	3	3	3	45
112	3	4	4	4	4	1	2	3	4	5	4	5	43
113	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	54
114	5	4	5	2	3	4	5	5	5	2	3	4	47
115	1	5	1	3	5	1	3	5	1	3	5	1	34
116	2	4	1	3	5	1	3	1	5	3	5	1	34
117	2	3	1	3	1	2	3	1	1	4	1	3	25
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
119	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	34
120	4	3	3	4	4	2	2	2	2	3	2	3	34
121	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	43
122	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
124	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	35

125	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	40
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
127	1	5	1	3	5	1	3	5	1	3	5	1	34
128	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	50
129	3	5	4	3	5	3	4	5	3	4	4	5	48
130	3	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	5	49
131	5	5	3	4	3	5	4	3	3	3	5	3	46
132	5	5	3	4	4	5	3	5	3	3	4	5	49
133	4	4	5	5	4	3	4	5	5	3	3	4	49
134	3	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	50
135	5	5	5	2	3	3	4	3	3	4	5	5	47
136	3	4	5	3	5	4	4	5	3	4	4	5	49
137	5	5	5	1	2	1	1	1	5	4	3	5	38
138	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	3	5	51
139	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	51
140	3	4	5	3	4	4	4	4	3	5	5	4	48
141	3	2	4	5	1	1	4	4	5	2	2	2	35
142	5	5	4	4	3	3	2	2	2	2	1	1	34
143	2	1	2	2	2	3	3	4	5	3	1	4	32
144	3	3	3	3	5	4	3	3	1	2	3	1	34
145	2	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	49
146	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	5	4	36
147	3	2	4	4	4	4	4	2	5	5	5	5	47
148	2	2	3	4	4	3	4	4	2	3	3	3	37
149	5	1	3	5	4	5	2	3	4	4	2	3	41
150	5	2	3	4	3	5	5	5	2	1	4	3	42
151	2	2	2	4	5	5	1	3	4	4	2	2	36
152	5	2	2	4	4	5	2	2	3	3	1	1	34
153	2	3	3	5	3	5	4	3	3	4	3	3	41
154	2	3	2	2	3	5	2	2	2	2	1	3	29
155	3	3	2	3	3	5	3	2	1	1	1	5	32
156	4	4	2	4	2	5	3	5	5	4	1	3	42
157	5	5	4	2	2	5	3	5	5	1	3	4	44
158	5	4	4	4	2	5	4	3	2	3	3	4	43
159	5	4	5	3	2	5	2	3	4	4	3	2	42
160	3	3	5	3	1	5	2	2	3	3	3	5	38
161	4	1	5	3	1	5	1	2	2	3	3	5	35
162	5	5	5	3	3	2	1	2	3	4	5	4	42
163	2	2	2	3	2	1	2	3	4	4	2	5	32
164	3	3	3	4	4	4	4	2	4	4	2	3	40
165	2	4	2	2	2	4	4	1	1	2	2	3	29
166	2	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	39
167	3	3	3	3	5	5	4	5	4	5	3	4	47
168	1	2	3	4	4	3	5	5	3	2	2	2	36
169	4	1	5	2	3	3	3	2	5	4	2	3	37

170	1	4	2	4	2	1	3	3	2	5	3	5	35
171	3	1	2	2	1	2	3	1	2	2	4	3	26
172	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	49
173	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	48
174	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	46
175	4	4	1	1	1	5	5	4	4	4	4	4	41
176	4	3	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	45
177	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	54
178	3	3	1	2	4	3	4	1	5	2	4	5	37
179	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	54
180	2	3	4	3	3	5	5	5	1	2	3	1	37
181	2	2	4	3	1	1	3	4	1	2	1	1	25
182	5	5	5	5	5	5	1	2	3	3	3	3	45
183	3	4	4	4	4	1	2	3	4	5	4	5	43
184	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	54
185	5	4	5	2	3	4	5	5	5	2	3	4	47
186	1	5	1	3	5	1	3	5	1	3	5	1	34
187	2	4	1	3	5	1	3	1	5	3	5	1	34
188	2	3	1	3	1	2	3	1	1	4	1	3	25
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
190	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	34
191	4	3	3	4	4	2	2	2	2	3	2	3	34
192	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	43
193	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
194	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
195	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	35
196	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	40
197	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
198	1	5	1	3	5	1	3	5	1	3	5	1	34
199	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	50
200	3	5	4	3	5	3	4	5	3	4	4	5	48
201	3	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	5	49
202	5	5	3	4	3	5	4	3	3	3	5	3	46
203	5	5	3	4	4	5	3	5	3	3	4	5	49
204	4	4	5	5	4	3	4	5	5	3	3	4	49
205	3	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	50
206	5	5	5	2	3	3	4	3	3	4	5	5	47
207	3	4	5	3	5	4	4	5	3	4	4	5	49
208	5	5	5	1	2	1	1	1	5	4	3	5	38
209	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	3	5	51
210	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	51
211	3	4	5	3	4	4	4	4	3	5	5	4	48
212	3	2	4	5	1	1	4	4	5	2	2	2	35
213	5	5	4	4	3	3	2	2	2	2	1	1	34
214	2	1	2	2	2	3	3	4	5	3	1	4	32



30	4	2	3	4	4	4	1	3	3	4	4	4	40
31	1	5	2	1	4	1	5	5	5	5	5	5	44
32	1	3	5	2	1	3	2	1	3	5	1	3	30
33	1	2	4	1	3	1	3	1	1	3	1	4	25
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
35	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	38
36	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	31
37	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	43
38	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
39	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	29
40	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	38
41	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	41
42	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
43	1	5	2	1	4	1	5	5	5	5	5	5	44
44	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	55
45	3	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	53
46	3	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	3	48
47	4	5	3	5	4	3	3	5	5	5	3	5	50
48	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	5	3	47
49	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	53
50	5	4	4	5	3	5	4	3	5	3	5	3	49
51	3	4	3	5	4	3	5	3	4	5	5	5	49
52	4	5	5	3	5	3	4	5	3	4	5	3	49
53	3	4	5	5	5	5	3	4	4	3	5	4	50
54	4	3	5	4	5	4	3	5	4	5	5	3	50
55	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	5	50
56	3	4	4	5	3	3	3	4	5	5	5	4	48
57	3	4	3	2	1	5	4	2	2	3	4	5	38
58	1	1	3	3	2	2	4	5	1	2	4	2	30
59	3	5	4	3	2	1	1	4	4	4	3	3	37
60	2	3	3	4	5	1	2	2	3	3	4	4	36
61	4	4	4	2	3	2	1	1	1	2	2	3	29
62	5	5	2	2	2	2	3	4	5	5	5	5	45
63	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	2	3	46
64	5	5	4	4	4	4	3	2	4	5	4	3	47
65	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	43
66	5	3	3	5	3	5	2	3	4	4	3	1	41
67	2	2	3	3	2	5	3	3	5	4	3	2	37
68	1	1	1	2	2	5	4	4	3	2	3	1	29
69	3	2	2	2	1	5	5	4	5	2	3	1	35
70	3	4	5	5	5	3	4	3	2	2	5	1	42
71	4	3	2	1	3	3	3	3	2	4	2	1	31
72	4	5	2	4	4	3	2	1	2	2	2	1	32
73	3	4	2	4	1	2	1	2	1	2	3	1	26
74	3	5	3	2	1	2	4	3	1	4	3	1	32



75	3	4	2	3	3	2	5	3	2	5	3	1	36
76	3	6	3	5	2	3	3	3	2	4	5	1	40
77	5	5	4	4	4	4	6	4	3	2	4	1	46
78	3	2	1	1	2	2	4	5	2	4	5	4	35
79	1	2	3	3	4	2	2	2	3	2	2	1	27
80	3	5	5	5	5	3	3	1	2	4	4	4	44
81	3	3	4	4	4	2	2	2	1	3	2	3	33
82	2	1	3	4	1	3	4	5	5	2	3	2	35
83	5	3	3	5	2	2	4	4	5	2	2	2	39
84	1	1	5	4	3	2	2	4	4	4	4	2	36
85	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	54
86	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	54
87	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	51
88	2	2	4	5	5	3	3	4	3	3	4	5	43
89	5	1	3	2	4	1	3	5	3	3	2	4	36
90	2	2	3	5	5	3	5	2	1	3	2	5	38
91	1	1	1	1	1	3	1	4	5	5	5	4	32
92	5	4	4	5	5	4	3	4	5	3	5	5	52
93	5	2	3	2	3	1	3	2	1	2	4	3	31
94	3	2	4	3	1	3	4	1	2	4	2	3	32
95	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	54
96	2	5	5	3	3	3	5	5	3	2	2	2	40
97	1	5	2	3	3	3	2	4	5	4	2	3	37
98	1	3	2	5	5	2	3	1	3	1	2	3	31
99	5	3	2	3	4	3	1	5	4	2	4	3	39
100	2	3	2	2	3	3	1	2	4	4	3	1	30
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
102	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	50
103	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
104	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	48
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
106	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
107	2	3	2	4	1	3	5	2	4	3	4	5	38
108	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
109	4	2	4	3	5	4	1	2	3	5	5	3	41
110	4	5	4	5	5	4	2	1	2	2	4	3	41
111	1	4	2	3	4	4	1	1	1	1	2	2	26
112	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	43
113	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	46
114	4	2	3	4	4	4	1	3	3	4	4	4	40
115	1	5	2	1	4	1	5	5	5	5	5	5	44
116	1	3	5	2	1	3	2	1	3	5	1	3	30
117	1	2	4	1	3	1	3	1	1	3	1	4	25
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
119	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	38

120	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	31
121	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	43
122	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
123	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	29
124	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	38
125	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	41
126	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
127	1	5	2	1	4	1	5	5	5	5	5	5	44
128	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	55
129	3	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	53
130	3	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	3	48
131	4	5	3	5	4	3	3	5	5	5	3	5	50
132	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	5	3	47
133	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	53
134	5	4	4	5	3	5	4	3	5	3	5	3	49
135	3	4	3	5	4	3	5	3	4	5	5	5	49
136	4	5	5	3	5	3	4	5	3	4	5	3	49
137	3	4	5	5	5	5	3	4	4	3	5	4	50
138	4	3	5	4	5	4	3	5	4	5	5	3	50
139	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	5	50
140	3	4	4	5	3	3	3	4	5	5	5	4	48
141	3	4	3	2	1	5	4	2	2	3	4	5	38
142	1	1	3	3	2	2	4	5	1	2	4	2	30
143	3	5	4	3	2	1	1	4	4	4	3	3	37
144	2	3	3	4	5	1	2	2	3	3	4	4	36
145	4	4	4	2	3	2	1	1	1	2	2	3	29
146	5	5	2	2	2	2	3	4	5	5	5	5	45
147	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	2	3	46
148	5	5	4	4	4	4	3	2	4	5	4	3	47
149	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	43
150	5	3	3	5	3	5	2	3	4	4	3	1	41
151	2	2	3	3	2	5	3	3	5	4	3	2	37
152	1	1	1	2	2	5	4	4	3	2	3	1	29
153	3	2	2	2	1	5	5	4	5	2	3	1	35
154	3	4	5	5	5	3	4	3	2	2	5	3	44
155	4	3	2	1	3	3	3	3	2	4	2	5	35
156	4	5	2	4	4	3	2	1	2	2	2	5	36
157	3	4	2	4	1	2	1	2	1	2	3	5	30
158	3	5	3	2	1	2	4	3	1	4	3	3	34
159	3	4	2	3	3	2	5	3	2	5	3	4	39
160	3	6	3	5	2	3	3	3	2	4	5	5	44
161	5	5	4	4	4	4	6	4	3	2	4	5	50
162	3	2	5	5	2	2	4	5	2	4	5	4	43
163	5	2	3	3	4	2	2	2	3	2	2	4	34
164	3	5	5	5	5	3	3	1	2	4	4	4	44

165	3	3	4	4	4	2	2	2	1	3	2	3	33
166	2	1	3	4	1	3	4	5	5	2	3	2	35
167	5	3	3	5	2	2	4	4	5	2	2	2	39
168	4	4	5	4	3	2	2	4	4	4	4	2	42
169	2	3	2	5	5	2	3	1	3	1	2	3	32
170	5	3	2	3	4	3	1	5	4	2	4	3	39
171	2	3	2	2	3	3	1	2	4	4	3	1	30
172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
173	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	50
174	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
175	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	48
176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
177	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
178	2	3	2	4	1	3	5	2	4	3	4	5	38
179	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
180	4	2	4	3	5	4	1	2	3	5	5	3	41
181	4	5	4	5	5	4	2	1	2	2	4	3	41
182	1	4	2	3	4	4	1	1	1	1	2	2	26
183	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	43
184	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	46
185	4	2	3	4	4	4	1	3	3	4	4	4	40
186	1	5	2	1	4	1	5	5	5	5	5	5	44
187	1	3	5	2	1	3	2	1	3	5	1	3	30
188	1	2	4	1	3	1	3	1	1	3	1	4	25
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
190	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	38
191	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	31
192	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	43
193	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
194	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	29
195	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	38
196	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	41
197	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
198	1	5	2	1	4	1	5	5	5	5	5	5	44
199	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	55
200	3	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	53
201	3	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	3	48
202	4	5	3	5	4	3	3	5	5	5	3	5	50
203	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	5	3	47
204	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	53
205	5	4	4	5	3	5	4	3	5	3	5	3	49
206	3	4	3	5	4	3	5	3	4	5	5	5	49
207	4	5	5	3	5	3	4	5	3	4	5	3	49
208	3	4	5	5	5	5	3	4	4	3	5	4	50
209	4	3	5	4	5	4	3	5	4	5	5	3	50

210	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	5	50
211	3	4	4	5	3	3	3	4	5	5	5	4	48
212	3	4	3	2	1	5	4	2	2	3	4	5	38
213	1	1	3	3	2	2	4	5	1	2	4	2	30
214	3	5	4	3	2	1	1	4	4	4	3	3	37
215	2	3	3	4	5	1	2	2	3	3	4	4	36
216	4	4	4	2	3	2	1	1	1	2	2	3	29
217	5	5	2	2	2	2	3	4	5	5	5	5	45
218	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	2	3	46
219	5	5	4	4	4	4	3	2	4	5	4	3	47
220	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	43
221	5	3	3	5	3	5	2	3	4	4	3	1	41
222	2	2	3	3	2	5	3	3	5	4	3	2	37
223	1	1	1	2	2	5	4	4	3	2	3	1	29
224	3	2	2	2	1	5	5	4	5	2	3	1	35
225	3	4	5	5	5	3	4	3	2	2	5	1	42
226	4	3	2	1	3	3	3	3	2	4	2	1	31

d. Data Kuesioner Penelitian Variabel Keputusan (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	41
4	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	38
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
6	5	3	2	3	4	3	2	3	4	3	3	4	39
7	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
10	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	51
11	4	5	2	4	2	2	3	4	3	2	5	3	39
12	4	5	4	3	4	1	4	4	4	1	2	4	40
13	5	5	2	3	3	4	4	4	3	4	2	5	44
14	4	5	2	3	3	1	2	3	2	1	1	3	30
15	5	5	2	3	3	3	5	5	1	3	4	5	44
16	2	1	2	3	4	1	3	5	1	3	2	5	32
17	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
18	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	53
19	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	48
20	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	54
21	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	50
22	4	4	4	4	4	2	3	5	2	3	4	1	40
23	2	3	4	2	3	4	3	5	3	4	1	2	36
24	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47

25	4	4	4	1	2	3	1	1	5	5	5	5	40
26	1	1	1	1	4	2	4	3	1	5	5	5	33
27	3	3	4	3	3	3	4	4	3	5	5	5	45
28	5	1	2	2	2	3	4	4	3	4	3	4	37
29	1	2	2	5	3	3	5	5	5	2	5	4	42
30	4	3	4	5	2	3	4	1	3	3	3	3	38
31	1	2	5	1	3	1	3	1	3	1	4	1	26
32	1	4	1	3	2	3	1	2	2	5	5	5	34
33	1	4	1	3	1	2	4	1	3	1	3	1	25
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
35	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	5	4	42
36	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	5	5	42
37	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	38
38	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	40
39	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	42
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
41	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	34
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	1	2	5	1	3	1	3	1	3	1	4	1	26
44	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	53
45	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	3	50
46	3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	4	3	48
47	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	5	5	47
48	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	5	49
49	3	3	4	5	5	4	3	4	4	3	5	5	48
50	3	4	4	5	5	4	3	2	4	3	5	3	45
51	5	4	4	3	5	3	4	5	3	5	4	4	49
52	3	4	4	5	3	4	5	5	3	4	4	4	48
53	4	5	3	4	4	3	5	5	3	4	4	4	48
54	3	5	3	4	5	3	5	4	5	3	5	5	50
55	4	5	4	3	4	4	5	5	4	3	3	3	47
56	3	4	3	5	4	4	5	5	4	3	3	4	47
57	2	2	4	4	4	4	5	5	4	3	2	1	40
58	2	2	2	4	4	5	5	2	3	2	2	2	35
59	3	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	2	48
60	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	2	50
61	4	5	1	1	5	4	3	4	2	3	2	2	36
62	4	3	2	2	5	4	2	4	2	2	2	4	36
63	4	1	2	2	5	3	1	4	3	2	2	4	33
64	4	2	3	3	5	2	1	4	4	4	2	4	38
65	4	3	3	4	4	1	3	3	5	5	2	5	42
66	2	4	3	5	4	2	4	3	3	5	4	4	43
67	3	5	4	5	5	2	5	2	2	4	3	5	45
68	5	3	4	4	5	2	2	2	2	2	1	5	37
69	5	3	2	3	5	3	2	2	4	3	3	2	37

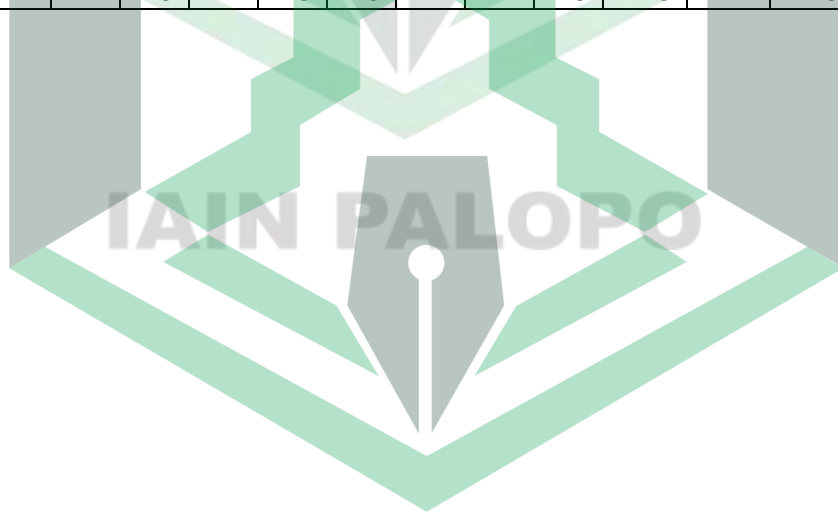
70	3	3	2	2	4	3	4	2	4	1	4	1	33
71	1	2	5	1	3	3	4	1	3	3	4	5	35
72	2	2	5	3	3	4	4	2	1	4	4	5	39
73	5	1	3	3	2	5	4	3	4	3	4	5	42
74	2	2	2	3	2	4	2	4	5	5	4	5	40
75	3	3	1	5	1	2	2	5	3	6	1	5	37
76	4	4	1	5	1	2	2	3	2	5	1	5	35
77	1	5	3	4	1	1	3	4	1	2	1	5	31
78	5	2	1	3	1	3	1	2	3	4	2	2	29
79	1	1	1	2	4	4	5	4	4	5	3	2	36
80	4	2	2	1	1	1	2	2	5	5	4	4	33
81	1	3	2	4	5	2	2	5	5	2	1	1	33
82	3	1	1	2	2	3	4	4	5	5	2	1	33
83	2	4	4	4	3	3	3	3	1	1	5	5	38
84	2	1	1	2	2	2	3	3	3	4	3	5	31
85	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	56
86	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	53
87	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5	50
88	4	5	4	5	4	3	4	1	2	1	3	1	37
89	1	3	5	3	4	1	4	2	4	2	4	3	36
90	5	4	2	3	2	3	1	3	4	2	3	1	33
91	4	5	2	3	4	4	2	1	5	2	4	1	37
92	4	3	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	53
93	5	2	3	1	2	4	3	5	1	2	3	2	33
94	5	1	2	2	4	1	4	1	3	1	3	3	30
95	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	56
96	1	3	2	1	2	3	2	3	5	5	5	5	37
97	1	5	2	3	3	4	4	4	3	4	2	5	40
98	1	5	2	3	3	1	2	3	2	1	1	3	27
99	5	5	2	3	3	3	5	5	1	3	4	5	44
100	2	1	2	3	4	1	3	5	1	3	2	5	32
101	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
102	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	53
103	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	48
104	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	54
105	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	50
106	4	4	4	4	4	2	3	5	2	3	4	1	40
107	2	3	4	2	3	4	3	5	3	4	1	2	36
108	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
109	4	4	4	1	2	3	1	1	5	5	5	5	40
110	1	1	1	1	4	2	4	3	1	5	5	5	33
111	3	3	4	3	3	3	4	4	3	5	5	5	45
112	5	1	2	2	2	3	4	4	3	4	3	4	37
113	1	2	2	5	3	3	5	5	5	2	5	4	42
114	4	3	4	5	2	3	4	1	3	3	3	3	38

115	1	2	5	1	3	1	3	1	3	1	4	1	26
116	1	4	1	3	2	3	1	2	2	5	5	5	34
117	1	4	1	3	1	2	4	1	3	1	3	1	25
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
119	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	5	4	42
120	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	5	5	42
121	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	38
122	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	40
123	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	42
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
125	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	34
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
127	1	2	5	1	3	1	3	1	3	1	4	1	26
128	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	53
129	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	3	50
130	3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	4	3	48
131	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	5	5	47
132	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	5	49
133	3	3	4	5	5	4	3	4	4	3	5	5	48
134	3	4	4	5	5	4	3	2	4	3	5	3	45
135	5	4	4	3	5	3	4	5	3	5	4	4	49
136	3	4	4	5	3	4	5	5	3	4	4	4	48
137	4	5	3	4	4	3	5	5	3	4	4	4	48
138	3	5	3	4	5	3	5	4	5	3	5	5	50
139	4	5	4	3	4	4	5	5	4	3	3	3	47
140	3	4	3	5	4	4	5	5	4	3	3	4	47
141	2	2	4	4	4	4	5	5	4	3	2	1	40
142	2	2	2	4	4	5	5	2	3	2	2	2	35
143	3	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	2	48
144	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	2	50
145	4	5	1	1	5	4	3	4	3	2	2	2	36
146	4	3	2	2	5	4	2	4	2	2	2	4	36
147	4	1	2	2	5	3	1	4	3	2	2	4	33
148	4	2	3	3	5	2	1	4	4	4	2	4	38
149	4	3	3	4	4	1	3	3	5	5	2	5	42
150	2	4	3	5	4	2	4	3	3	5	4	4	43
151	3	5	4	5	5	2	5	2	2	4	3	5	45
152	5	3	4	4	5	2	2	2	2	2	1	5	37
153	5	3	2	3	5	3	2	2	4	3	3	2	37
154	3	3	2	2	4	3	4	2	4	1	4	1	33
155	1	2	5	1	3	3	4	1	3	3	4	5	35
156	2	2	5	3	3	4	4	2	1	4	4	5	39
157	5	5	3	3	2	5	4	3	4	3	4	5	46
158	2	2	2	3	2	4	2	4	5	5	4	5	40
159	3	3	5	5	5	2	2	5	3	6	4	5	48

160	4	4	5	5	5	2	2	3	2	5	5	5	47
161	1	5	3	4	5	4	3	4	5	2	4	5	45
162	5	2	1	3	5	3	1	2	3	4	2	2	33
163	4	4	2	2	4	4	5	4	4	5	3	2	43
164	4	2	2	1	1	1	2	2	5	5	4	4	33
165	5	3	2	4	5	2	2	5	5	2	5	5	45
166	3	5	5	2	2	3	4	4	5	5	2	4	44
167	2	4	4	4	3	3	3	3	5	4	5	5	45
168	2	5	5	2	2	2	3	3	3	4	3	5	39
169	5	5	2	3	3	1	2	3	2	5	4	3	38
170	5	5	2	3	3	3	5	5	5	3	4	5	48
171	2	1	2	3	4	1	3	5	4	3	2	5	35
172	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
173	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	53
174	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	48
175	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	54
176	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	50
177	4	4	4	4	4	2	3	5	2	3	4	1	40
178	2	3	4	2	3	4	3	5	3	4	1	2	36
179	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
180	4	4	4	1	2	3	1	1	5	5	5	5	40
181	1	1	1	1	4	2	4	3	1	5	5	5	33
182	3	3	4	3	3	3	4	4	3	5	5	5	45
183	5	1	2	2	2	3	4	4	3	4	3	4	37
184	1	2	2	5	3	3	5	5	5	2	5	4	42
185	4	3	4	5	2	3	4	1	3	3	3	3	38
186	1	2	5	1	3	1	3	1	3	1	4	1	26
187	1	4	1	3	2	3	1	2	2	5	5	5	34
188	1	4	1	3	1	2	4	1	3	1	3	1	25
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
190	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	5	4	42
191	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	5	5	42
192	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	38
193	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	40
194	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	42
195	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
196	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	34
197	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
198	1	2	5	1	3	1	3	1	3	1	4	1	26
199	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	53
200	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	3	50
201	3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	4	3	48
202	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	5	5	47
203	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	5	49
204	3	3	4	5	5	4	3	4	4	3	5	5	48



205	3	4	4	5	5	4	3	2	4	3	5	3	45
206	5	4	4	3	5	3	4	5	3	5	4	4	49
207	3	4	4	5	3	4	5	5	3	4	4	4	48
208	4	5	3	4	4	3	5	5	3	4	4	4	48
209	3	5	3	4	5	3	5	4	5	3	5	5	50
210	4	5	4	3	4	4	5	5	4	3	3	3	47
211	3	4	3	5	4	4	5	5	4	3	3	4	47
212	2	2	4	4	4	4	5	5	4	3	2	1	40
213	2	2	2	4	4	5	5	2	3	2	2	2	35
214	3	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	2	48
215	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	2	50
216	4	5	1	1	5	4	3	4	2	3	2	2	36
217	4	3	2	2	5	4	2	4	2	2	2	4	36
218	4	1	2	2	5	3	1	4	3	2	2	4	33
219	4	2	3	3	5	2	1	4	4	4	2	4	38
220	4	3	3	4	4	1	3	3	5	5	2	5	42
221	2	4	3	5	4	2	4	3	3	5	4	4	43
222	3	5	4	5	5	2	5	2	2	4	3	5	45
223	5	3	4	4	5	2	2	2	2	2	1	5	37
224	5	3	2	3	5	3	2	2	4	3	3	2	37
225	3	3	2	2	4	3	4	2	4	1	4	1	33
226	1	2	5	1	3	3	4	1	3	3	4	5	35



## Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

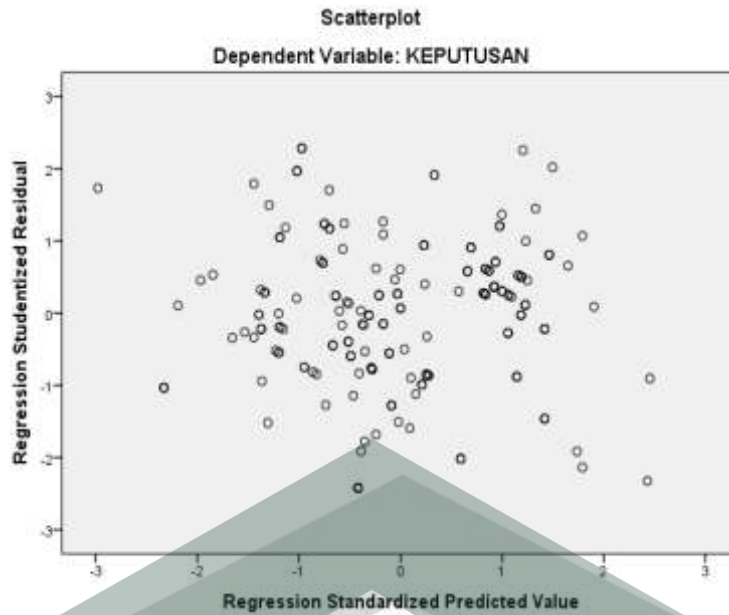
		Unstandardized Residual
N		226
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std.Deviation	5,64819956
Most Extreme Differences	Absolute	,063
	Positive	,041
	Negetive	-,063
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,029 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized coefficients	T	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	14,367	2,560		5,616	,000		
Lokasi	,027	,045	-,034	-,607	,544	,866	1,154
Promosi	,345	,058	,395	5,984	,000	,616	1,625
Produk	,278	,063	,298	4,409	,000	,588	1,702



Lampiran 6 : Uji Regresi Berganda dan Hipotesis

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,376	2,560		5,616	,000
LOKASI	,027	,045	-,034	-,607	,544
PROMOSI	,345	,058	,395	5,984	,000
PRODUK	,278	,063	,298	4,409	,000
a. Dependen Variabel KEPUTUSAN					

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4888,793	3	1629,598	50,400	,000 <sup>b</sup>
Residual	7177,986	222	32,333		
Total	12066,799	225			
a. Dependent Variable: Keputusan					
b. Predictors: (Constant), Produk, Lokasi, Promosi					

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,637	,405	,397	5,686
b. Predictors: (Constant), PRODUK, LOKASI, PROMOSI				

## Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian



## Lampiran 8 : Hasil Cek Turnitin

pengaruh Lokasi promosi dan produk terhadap keputusan Masyarakat muslim desa Lambara Harapan menjadi nasabah bank konvensional

## ORIGINALITY REPORT

16%		16%		8%		9%	
SIMILARITY INDEX		INTERNET SOURCES		PUBLICATIONS		STUDENT PAPERS	
PRIMARY SOURCES							
1	repository.iainpalopo.ac.id	Internet Source					2%
2	repository.radenintan.ac.id	Internet Source					2%
3	www.scribd.com	Internet Source					2%
4	repository.uinsu.ac.id	Internet Source					1%
5	idr.uin-antasari.ac.id	Internet Source					1%
6	repository.uinjkt.ac.id	Internet Source					1%
7	eprints.walisongo.ac.id	Internet Source					1%
8	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	Student Paper					1%
9	repositori.uin-alauddin.ac.id	Internet Source					1%
10	repository.iainkudus.ac.id	Internet Source					1%
11	docplayer.info	Internet Source					<1%
12	Submitted to iGroup	Student Paper					<1%
	e-repository.pernus.iainsalatiga.ac.id						1

## RIWAYAT HIDUP



Nur alisa adalah nama penulis skripsi ini. Lahir pada tanggal 10 Maret 1998, di Desa Lambara Harapan Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur. Penulis merupakan anak terakhir dari 8 bersaudara, dari pasangan bapak Misi dan ibu Morri. pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di MIN 01 Laro, kemudian penulis melanjutkan untuk sekolah menengah pertama di MTS Lambara Harapan dan selesai pada tahun 2014, pada tahun yang sama kemudian penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah atas di SMAN 02 Luwu Timur dan selesai pada tahun 2017. Dan selanjutnya pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan kejenjang perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dengan mengambil jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Dengan ketekunana dan semangat tinggi untuk terus belajar, berusaha dan berdoa penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan adanya penulisan skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Produk Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Desa Lambara Harapan Menjadi Nasabah Bank Konvensional”**

Contact person penulis : nuralisaji@gmail.com