*Kabilah*: **Journal of Social Community** Print-ISSN: 2502-9649 Online-ISSN: 2503-3603
**Terakreditasi Nasional SK** No.14/E/KPT/2019 Vol. 8 No.1 Juni 2023

# PENGARUH LOKASI, PRODUK, REPUTASI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUMATERA UTARA DALAM MENGGUNAKAN BANK SYARI'AH

**Risma Wati Bako, Muhammad Lathief Ilhamy Nst, Nur Ahmadi Bi Rahmani**
Universitas Islam Negri Sumatera Utara
Email: risma140501@gmail.com
mlathiefilhamy@uinsu.ac.id
nurahmadibr@uinsu.ac.id

**Abstract:**
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, produk, reputasi dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa universitas islam negri sumatra utara dalam menggunakan bank syariah. Jenis dari penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif sedangkan Metode analisis datanya menggunakan metode regresi berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis (uji t dan uji F), pengolahan datanya menggunakan SPSS versi 20, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa universitas islam negri sumatra utara prodi perbankan syariah, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik teknik purposive sampling, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, teknik pengumpulan data yang digunakan dengan penyebaran kusioner, diukur dengan menggunakan skala likert. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai siq. 0.015, variabel produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai siq. 0.345, variabel reputasi tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai siq. 0.522 dan variabel pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai siq. 0.000. Sedangan R Squere dalam penelitian ini sebesar 0.231, hal ini menunjukkan bahwa X1 (lokasi), X2 (produk), X3 (reputasi), X4 (pelayanan) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Y (keputusan nasabah).

**Kata kunci:** *lokasi, produk, reputasi, pelayanan, keputusan mahasiswa*

**Abstract:**
This study aims to determine the effect of location, product, reputation and service on the decision of students at the North Sumatra State Islamic University in using Islamic banks. This type of research uses quantitative research types while the data analysis method uses multiple regression methods, classic assumption tests and hypothesis testing (t test and F test), data processing uses SPSS version 20, the data source used in this study is primary data. The population used in this study were students at the State Islamic University of North Sumatra Islamic banking study program, the sampling technique in this study used a purposive sampling technique, the sample used was 100 respondents, the data collection technique used was questionnaire distribution, measured using a Likert scale.The results of this study indicate that location has a positive and significant effect on customer decisions with siq. 0.015, the product variable has no positive and significant effect on customer decisions with siq. 0.345, the reputation variable has no positive and significant effect on customer decisions with siq. 0.522 and the service variable has a positive and significant effect on customer decisions with siq. 0.000. While the R Squere in this study is 0.190, this indicates that X1 (location), X2 (product), X3 (reputation), X4 (service) have a simultaneous influence on Y (customer decision).

**Keywords:** *location, produck, reputation, service, student decisions*

## Pendahuluan

Kegiatan ekonomi ini sudah ada sejak jaman Rosululloh SAW, perkembangan ekonomi zaman dulu dan zaman sekarang sangat terlihat perbedaannya, kegiatan ekonomi dijaman dulu jauh lebih sederhana dan kurang efisien inilah yang menjadi penyebab adanya pro kontra yang dihadapi manusia dijaman itu.[1] Berbeda dengan ekonomi jaman sekarang yang jauh lebih maju,dan jauh lebih efisien berkat adanya bantuan dari berbagai macam perkembangan teknologi yang ada. Dizaman terjadinya pro kontra itulah yang membuat para ahli mulai memikirkan bagaimana mengubah ekonomi zaman dulu yang penuh pro kontra menjadi ekonomi yang lebih maju seperti zaman sekarang.

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki peranan yang sangat penting sebagai perantara keuangan didalam perekonomian suatu Negara. Dalam perekonomian, bank juga sering dianggap menjadi kunci dan sebagai motor penggerak dalam perkembangan ekonomi suatu negara.[2] Dalam pasal 4 undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan disebutkan bahwa perbankan di indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka peningkatan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. ketika perekonomian indonesia mengalami penurunan atau melemah, sektor perbankan akan terkena imbas dari melemahnya ekonomi di indonesia, itulah mengapa dunia perbankan disebut nyawanya ekonomi.

Apalagi Di era modern seperti sekarang ini peranan perbankan dalam memajukan suatu Negara memiliki peranan yang sangatlah besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan. Perkembangan dunia perbankan sampai saat ini semakin kompleks. Berbagai macam jenis produk dan sistem usaha ditawarkan oleh masing-masing bank. Adapun yang dimaksud dengan bank konevnsional merupakan bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya, memberikan dan menggunakan imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam presentase tertentu dari dana. Sedangkan bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya bersdasarkan prinsip-prinsip syari'ah, yang berpedoman pada al-Qur'an dan hadist.[3] Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang mampu memperlancar mekanisme ekonomi di sektor rill melalui aktifitas kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usahanya, atau kagiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah baik itu kegiatan ekonomi bersifat makro mapun mikro.[4]

Perbankan syariah pertama kali yang berdiri di indonesia pada tahun 1991 dimana bank muamalat menjadi bank syariah pertama yang ada di indonesia. Yang menjadi satu-satunya bank pada saat itu yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil. Pendirian bank syariah di indonesia di perkarai oleh para majelis ulama indonesia (MUI) melalui lokakarya "bunga bank dan perbankan" di cisarua, bogor dari 18-20 agustus 1990.[5] Hasil yang telah dibuat kemudian dibahas dalam munas IV MUI yang kemudian dibentuklah tim kerja untuk mendirikan bank syariah

---

[1] Muhammad Zindy Nafi' Hasbi, "Potret Kehidupan Ekonomi Pada Zaman Nabi Portrait Of Economic Life In The Age Of The Prophet," *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman Dan Kemasyarakatan* 3, no. 1 (2021): 1–8.

[2] Irawan HDianita ISalsabila Mulya A, "Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional," *Urnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2021): 147–58.

[3] Roni Andespa, "Strategi Pelayanan Bank Konvensional Dan Syariah: Prioritas Pelayanan Fisik Dan Empati," *Al-Masraf : Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 1, no. 2 (2016): 143–59, http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/almasraf/article/view/53.

[4] Nursantri Yanti, *Desain Akad Perbankan Syariah*, ed. Andri Soemitra (Medan: Febi UIN SU Press, 2020).

[5] Abdul Muhith, "Sejarah Perbankan Islam," *Attanwir: Jurnal Kajian Keislaman Dan Pendidikan* 01, no. 02 (2012): 70–84, http://www.maybank2u.com.my/iwov-resources/islamic-my/document/my/en/islamic/scoe/knowledge-centre/articles/Sejarah_Perbankan_Islam.pdf.

di indonesia. Dengan dibentuknya tim kerja tersebut sehingga berdirilah bank muamalat pada tahun 1991 dan resmi mulai beroperasi pada tahun 1992, yang merupakan bank pertama kali dalam kegiatan usahanya yang didalamnya berpegang teguh pada prinsip islam yang berpedoman kepada al-Qur'an dan al-Hadist.

Bank syariah mendapat respon yang sangat baik dari kalangan masyarakat. Popularitasnya semakin diminati oleh masyarakat indonesia kerena banyak manfaat yang bisa didapatkan di bank syariah. Salah satunya adalah terhindar dari resiko riba. Perkembangan perbankan syarian di indonesia telah mejadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Bank muamalat sebagai bank syariah pertama dan menadi pioneer bagi bank syariah lainnya telah lebih dahlu menerapkan system ini di tengah menjamurnya bank-bank konvensional.[6] Dapat kita ketahui bahwa kemunculan bank syariah adalah untuk memperbaiki kegiatan ekonomi sekarang yang berlandaskan pada bunga atau riba, dapat berubah dengan baik kedepannya agar tidak menggunakan system bunga lagi, karena pada dasarnya yang kita ketahui, bahwa dalam agama islam yang namanya bunga atau riba itu diharamkan seperti yang dijelaskan pada firman Allah swt, pada surah Al-Baqarah ayat 278 :

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبٰوٓا اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ٢٧٨

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.* (QS. Al-Baqarah: 278)

Krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998, penyebab utamanya adalah karena terjadinya penurunan nilai mata uang rupiah sehingga kondisi perekonomian tidak dapat dikendalikan oleh pemerintah, dan krisis yang terjadi pada tahun itu lah yang menjadi penyebab tenggelamnya bank-bank konvensional dan banyak juga yang dilikuidasi karena kegagalan sistem bungannya. Namun di tengah tenggelamnya bank-bank konvensional di tahun itu, perbankan yang menggunakan sistem bunga tetap eksis dan dapat bertahan. Dan tidak hanya itu bank syariah juga dapat membuktikan bahwa dirinya dapat bertahan dan melewati di tengah terjadinya krisis moneter yang terjadi pada penghujung akhir tahun 2008, lembaga-lemabaga keuangan syariah tetap stabil dan memberikan keuntungan, kenyamanan, serta keamanan bagi nasabah yang menggunakannya. Terjadinya krisis yang menimpa pada tahun 1998 bank syariah bahkan menunjukkan kinerja yang semakin meningkat dan tidak menerima bantuan sepeser pun, bahkan krisis moneter yang terjadi pada tahun 2008 bank syariah bahkan mampu memperoleh laba Rp. 300 miliar lebih.[7]

Sebagai penduduk muslim terbesar di dunia, indonesia sudah seharusnya menjadi yang terdepan dalam pengembangan bank syariah tersebut, Namun sebagaimana yang kita ketahui bahwa bank konvensional lah yang pertama kali dikenal oleh masyarakat indonesia yang bergerak di bidang keuangan, kemunculan bank konvensional sebelum bank syariah menarik minat banyak masyrakat dalam menggunakan bank konvensional. Namun juga yang menjadi masalah nya adalah dalam persepsi masyarakat awam, orang-orang yang tidak mengenal apa itu bank syariah dan yang mengenal bank syariah hanya dari luarnya saja. Seringkali beranggapan bahwa bank syariah itu sama saja dengan bank konensional, hal inilah yang sangat disayangan, karena mayoritas muslim yang notabenenya lebih banyak, dan yang seharusnya pertumbuhan bank syariah di indonesia bisa dikatakan lebih pesat, hanya karena pengetahuan tentang bank syariah nya yang terbilang cukup

[6] Tira Nur Fitria Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, "PERKEMBANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2015): 75–87.
[7] Fakhruddin Sari, P. K., "Identifikasi Penyebab Krisis Moneter Dan Kebijakan Bank Sentral Di Indonesia: Kasus Krisis Tahun (1997-1998 Dan 2008)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)* 2, no. 1 (2016): 377–88.

rendah, maka karena pandangan yang menyatakan bank syariah sama saja dengan bank konvensional, maka keinginan untuk menggunkan bank syariah pun rendah juga.[8]

Persaingan dalam dunia perbankan antara bank syariah dan bank konvensional semakin kompleks dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank dilakukan dengan berbagai strategi. dalam persaingan bank konvensional dan bank syariah harus bisa menyiapkan strategi yang sesuai untuk kebutuhan masyarakat, karena pada dasarnya kebutuhan setiap orang itu berbeda-beda dan juga pengambilan keputusan dalam menggunakan bank syariah bisa disebabkan oleh faktor-faktor tertentu. Pengetahuan konsumen juga memberikan dampak dalam keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa mana yang akan memenuhi keinginannya, karena pada dasarnya pengethuan setiap konsumen itu berbeda-beda. Dan tidak sedikit juga konsumen yang telah mengetahui kelebihan dan kekurangan perusahaan jasa tersebut.

Dalam permasalahan diatas tentang pengetahuan konsumen, semakin menarik untuk di teliti, karena dengan adanya penelitian ini kita akan semakin tahu bahwa apakah terdapat pengaruh terhadap pengetahuan konsumen terhadap lokasi, produk, reputasi dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa uinsu dalam menabung di bank syariah.[9] Produk yang berhasil merupakan produk yang benar-benar memenuhi kebutuhan dan keinginan atau selera konsumenya.[10] Jenis produk-produk yang beragam di bank juga turut mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank. Sementara itu jenis produk produk yang beragam di bank syariah juga turut mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah.[11] Lokasi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah, mengapa demikian karena pada dasarnya Pemilihan lokasi terhadap suatu usaha dinyatakan sangat penting dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha tersebut dimasa yang akan datang. Dalam pemilihan lokasi untuk membangun suatu usaha setidaknya harus menemukan dimana tempat yang strategis untuk mendirikan usaha tersebut.[12] Dari penelitian terdahulu memaparkan bahwa dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank.

Pengetahuan Konsumen Terhadap Bank Syariah Memiliki Serba Serbi Untuk Memilh Bank Syariah Untuk Digunakan Jasanya, Pada hakikatnya Sebuah reputasi perusahaan adalah penghargaan yang diperoleh atau didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang terdapat pada perusahaan tersebut.[13] Contohnya keputusan tersebut adalah menggunakan produk atau jasa bank tersebut, reputasi yang buruk akan melahirkan dampak negatif bagi perusahaan tersebut dan juga akan menjadi lemah dalam kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Reputasi Menjadi Dasar Penilaian Konsumen Apakaah Layak Atau Tidak Bank Syariah Untuk Dijadikan Digunakan. Dari Penelitian Terdahulu Menyataan Dalam Penelitiannya Bahwa Reputasi Berpangaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam

---

[8] Ida Royani Pasi, "Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Masyarakat Pada Bank Syariah," *Jurnal Al-Qasd* 1, no. 2 (2017): 4, http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/AL-QASD/article/view/509/779.

[9] E Riza, A., Hakim, L., & Eliana, "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, Dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Banda Aceh," *Jurnal Emt Kita* 5, no. 1 (2019): 21–29.

[10] Andi Andika Wirawan and Nurlaely Razak Herman Sjahruddin, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening Variabel," *JURNAL ORGANISASI DAN MANAJEMEN* 12, no. 1 (2019): 15–26.

[11] M. A Najib, "Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah," *Jurnal Jurisprudence* 7, no. 1 (2017): 15–28.

[12] M Hasanuddin, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas," *Manajemen, Jurnal Riset Bisnis Dan* 3, no. 1 (2016): 11–21.

[13] R. I Widowati, A. S., & Mustikawati, "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah," *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 7, no. 2 (2018): 56–67.

Menggunakan Bank Syariah. Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah adalah pelayanan (service). Pelayanan adalah menjalin hubungan dengan nasabah merupakan interaksi anar pegawai dengan nasabah itu sendiri.[14] Jika pelayanan yang diterima nasabah buruk, maka sudah pasti mereka akan beralih ke produk lain, atau bahkan beralih ke bank lain karena kualitas layanan yang buruk. karena pada dasarnya semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa bank tersebut. Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Roos Nana Sucihati et.al,[15] menunjukkan bahwa pelayanan berpangaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Jadi dari penjelasan tersebut secara teori dan hasil statistik menunjukan bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih bank.

Lokasi suatu usaha adalah hal utama yang harus dipertimbangkan. Pemilihan lokasi terhadap suatu usaha dinyatakan sangat penting dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha tersebut dimasa yang akan datang. Dalam pemilihan lokasi untuk membangun suatu usaha setidaknya harus menemukan dimana tempat yang strategis untuk mendirikan usaha tersebut.[16] Indikator dalam variabel lokasi ini adalah akses, visibilitas, ekspansi, dan lingkungan.

Produk adalah barang atau jasa yang memungkinkan perusahaan untuk mendaptkan nilai tambah. Produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhikebutuhan manusia atau organisasi. Produk yang berhasil berhenti merupakan produk yang benarbenar memenuhi kebutuhan dan keinginan atau selera konsumenya.[17] Indikator dalam variabel produk adalah keistimewaan tertentu, bentuk dan gaya, kualitas kemasan, dan pemberian merek.

Pada hakikatnya Sebuah reputasi perusahaan adalah penghargaan yang diperoleh atau didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang terdapat pada perusahaan tersebut.[18] Contohnya keputusan tersebut adalah menggunakan produk atau jasa bank tersebut, reputasi yang buruk akan melahirkan dampak negatif bagi perusahaan tersebut dan juga akan menjadi lemah dalam kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Indikator dalam variabel reputasi nama baik, reputasi pesaing, dikenal luas, dan kemudahan diingat.

Untuk dapat memberikan pelayanan dan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah maka yang menjadi kunci keberhasilannya adalah orang (human). Karena pada dasarnya pelayanan dan menjalin hubungan dengan nasabah merupakan interaksi anar pegawai dengan nasabah itu sendiri.[19] Jika pelayanan yang diterima nasabah buruk, maka sudah pasti mereka akan beralih ke produk lain, atau bahkan beralih ke bank lain karena kualitas layanan yang buruk.[20] Indikator dalam variabel berwujud, kehandalan, katanggapan, jaminan dan empati.

Menurut Kotler (2010), perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian. Pengambilan keputusan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan seseorang, dalam

---

[14] Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Medan: Febi Uin-Su Press, 2018).

[15] Suci Purnama Fitryani, Vivin, Roos Nana Sucihati Sari, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Dusun Lengas Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir," *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 8, no. 2 (2020): 112–23.

[16] Hasanuddin, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas."

[17] Wirawan and Herman Sjahruddin, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening Variabel."

[18] Widowati, A. S., & Mustikawati, "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah."

[19] Nasution, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*.

[20] A Rumastari, R. P., Sunindyo, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Ngesrep Semarang)," *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 3, no. 1 (2019): 22–29.

usaha memecah permasalahan yang sedang dihadapi kemudianmenetapkan berbagai alternatif yang dianggap paling rasional sesuai lingkungan organisasi. Indikator dalam variabel keputusan nasabah pengenalan kebutuhan, evaluasi, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Menurut undang-undang nomor 10 tahun 1998 (pasal 1 ayat 2) tentang perubahan undang-undang tahun nomor 7 tahun 1992undang-undang tahun nomor 7 tahun 1992, menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lain dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan dalam undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, yang dimaksud dengan bank syariah adalah suatu bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hokum islam yang diatur dalam fatwa majlis ulama indonesia (MUI), seperti prinsip keadian dan keseimbangan (‘*adl wa tawajun*), kemaslahatan (maslahah), serta tidak mengandung gharar, maysir,riba,zalim dan objek haram.

Bisa dikatakan bahwa mahasiswa merupakan salah satu komponen yang layak jadi pertimbangan bank untuk menjadi nasabah mereka. Salah satunya adalah mahasiswa Universitas islam negri sumatra utara, dimana perguruan tinggi yang penulis pilih adalah salah satu universita islam yang ada di medan. Peneliti memilih mahasiswa prodi perbankan syariah yang untuk diteliti, mahasiswa prodi perbankan berkisar 7338 orang.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah di uraikan tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian terkait pengaruh lokasi, produk, reputasi dan pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Islam Negri Sumatra Utara Dalam Menggunakan Bank Syari’ah.

## Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah satu pendekatan yang secara primer menggunakan paradigma postpositivist dalam mengembangkan ilmu pengetahuan (seperti pemikiran tentang sebab akibat, reduksi kepada variabel, hipotesis dan pertanyaan spesifik menggunakan pengukuran dan observasi serta pengujian teori), menggunakan strategi penelitian seperti eksperimen dan survei yang memerlukan data statistik.[21]

Penelitian dilakukan pada bulan july, dan penelitian ini dilakukan di universitas islam negri sumatra utara. Populasi Yang Diambil Dalam Penelitian Ini Adalah mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, karena pada dasarnya mahasiswa program studi perbankan syariah lebih memahami apa itu bank syariah. Penentuan Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik non probability sampling dengan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik purposive sampling, Menurut Sugiyono, purposive sampling merupakan teknik pengambilan data dengan menentukan sampel yang sudah dipertimbangkan. Pertimbangan tersebut didasarkan pada kepentingan atau tujuan penelitian.[22] Pertimbangan yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sejumlah mahasiswa universitas islam negri sumatra utara. Melihat luasnya dari populasi maka penulis membatasi untuk pengambilan sampel, penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini bendasarkan rumus slovin yaitu:

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

Keterangan :
*n* = jumlah sampel
N = jumlah populasi

[21] Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2017).
[22] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009).

e = error/ ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolerir (10%)

Jumlah populasi mahasiswa universitasislam negri sumatra utara untuk prodi perbankan syariah adalah 7338 mahasiswa. Maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{7338}{1 + (7338).(0.1)2}$$

$$n = \frac{7338}{1 + 7338\,.\,0.01}$$

$$n = \frac{7338}{7439}$$

*n* = 98.65 dibilatkan menjadi 100

Jadi dapat disimpulkan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer, menurut sugiyono data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang diperoleh langsung dengan memberikan kuisioner kepada para mahasiswa universitas islam negri sumatra utara prodi perbankan syariah. Dan teknik yang digunakan untuk pengumpulan sampel didalam penelitian ini adalah dengan menyebar kan kusioner kepada mahasiswa prodi perbankan syariah. Menurut sugiyono Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.[23] Adapun yang menjadi skala ukurnya adalah dengan menggunakan skala likert 4, skala likert adalah skala atau pengukuran yang digunakan unutk mengukur sikap, pendapat atau persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai sebuah peristiwa dan fenomena sosial, berdasarkan dengan defenisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti.

## Hipotesis

H1: Variabel lokasi diduga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Penelitian mengenai pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah yang dilakukan oleh Hasanuddin,[24] menunjukkan bahwa lokasi berpangaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

H2: Variabel produk diduga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Penelitian mengenai pengaruh produk terhadap keputusan nasabah yang dilakukan oleh Safinatun Najah,[25] menunjukkan bahwa reputasi berpangaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

H3: Variabel reputasi diduga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Reputasi merupakan persepsi yang Menggambarkan keseluruhan prilaku organisasi serta hubungannya dengan para stakeholder yang terbentuk seiring dengan berjalannya waktu. Penelitian yang

[23] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: PT Alfabeta, cet, 2017).
[24] Hasanuddin, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas."
[25] Safinatun Najah, "Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di AXA Mandiri Dan BSM Cabang Yogyakarta Tahun 2016" (2016).

dilakukan oleh Muhammad Bachtiar Edo et.al,[26] menunjukkan bahwa reputasi berpangaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

H4:Variabel pelayanan diduga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Roos Nana Sucihati et.al,[27] menunjukkan bahwa pelayanan berpangaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

## Hasil dan Pembahasan

### Responden penelitian

Sumber data yang ada dalam penelitian ini berasal dari jawaban responden, responden yang diambil dalam penelitian ini berkisar 100 orang, dan yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa universitas islam negri sumatra utara. prodi perbankan syariah.

### Responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 1**
**Responden berdasarkan jenis kelamin**

| Jenis kelamin | Jumlah | Presentase |
|---|---|---|
| Perempuan | 14 | 14% |
| Laki-laki | 86 | 86% |
| Jumlah | 100 | 100% |

**Sumber:** Data penelitian diolah *2023.*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa untuk data responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan jika responden laki-laki sebanyak 14 orang (14%) dan untuk responden peerempuan sebanyak 86 orang (86% dari jumlah 100 responden mahasiswa universitas islam negri sumatra utara.

### Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kusioner, suatu kusioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kusioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan di ukur oleh kusioner tersebut. Validitas juga menunjukkan sejauh mana ketepatan pernyataan dengan apa yang dinyatakan sesuai dengan koefisien validitas.

**Tabel 2**
**Uji validitas**

| No | Variabel | Butir pertanyaan | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Lokasi (XI) | XI.1 | 0,232 | 0,195 | Valid |
| | | XI.2 | 0,410 | 0,195 | Valid |
| | | XI.3 | 0,367 | 0,195 | Valid |

[26] Bachtiar Edo, M., Andilala, A., "Analisis Pengaruh Harga, Persepsi Ukuran, Persepsi Reputasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Menggunakan Transportasi Online," *Jurnal Hukum Dan Peradilan* 2, no. 3 (2018): 1638–1647.

[27] Fitryani, Vivin, Roos Nana Sucihati Sari, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Dusun Lengas Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir."

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | XI.4 | 0,331 | 0,195 | Valid |
| | | XI.5 | 0,330 | 0,195 | Valid |
| | | XI.6 | 0,311 | 0,195 | Valid |
| 2 | Produk (X2) | X2.1 | 0,592 | 0,195 | Valid |
| | | X2.2 | 0,736 | 0,195 | Valid |
| | | X2.3 | 0,646 | 0,195 | Valid |
| | | X2.4 | 0,803 | 0,195 | Valid |
| | | X2.5 | 0,802 | 0,195 | Valid |
| | | X2.6 | 0,735 | 0,195 | Valid |
| 3 | Reputasi (X3) | X3.1 | 0,667 | 0,195 | Valid |
| | | X3.2 | 0,738 | 0,195 | Valid |
| | | X3.3 | 0,790 | 0,195 | Valid |
| | | X3.4 | 0,739 | 0,195 | Valid |
| | | X3.5 | 0,653 | 0,195 | Valid |
| | | X3.6 | 0,657 | 0,195 | Valid |
| 4 | Pelayanan (X4) | X4.1 | 0,744 | 0,195 | Valid |
| | | X4.2 | 0,762 | 0,195 | Valid |
| | | X4.3 | 0,755 | 0,195 | Valid |
| | | X4.4 | 0,760 | 0,195 | Valid |
| | | X4.5 | 0,782 | 0,195 | Valid |
| | | X4.6 | 0,814 | 0,195 | Valid |
| 5 | Keputusan nasabah(Y) | Y.1 | 0,659 | 0,195 | Valid |
| | | Y.2 | 0,545 | 0,195 | Valid |
| | | Y.3 | 0,654 | 0,195 | Valid |
| | | Y.4 | 0,605 | 0,195 | Valid |
| | | Y.5 | 0,540 | 0,195 | Valid |
| | | Y.6 | 0,336 | 0,195 | Valid |

**Sumber :** Data penelitian diolah, *output SPSS 20, 2023.*

Uji validitas dalam penelitian dapat dinyatakan valid apabila $r_{hitung}$ lebih besar dari pada $r_{tabel}$ ($r_{hitung} > r_{tabel}$), dengan melihat tabel diatas diketahui bahwa $r_{tabel}$ pada penelitian ini adalah 0,195 dengan signfikansi 5%. Berdasarkan tabel diatas, setelah dilakukannya pengujian menggunakan

SPSS 20. Uji validitas variabel independen dan variabel dependen menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan setiap variabel dinyatakan valid.

**Uji reliabilitas**

**Tabel 3**
**Uji reliabilitas**

| No | Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | Lokasi (XI) | 0,606 | Reliabel |
| 2 | Produk (X2) | 0,813 | Reliabel |
| 3 | Reputasi (X3) | 0,793 | Reliabel |
| 4 | Pelayanan (X4) | 0,861 | Reliabel |
| 5 | Keputusan nasabah (Y) | 0,684 | Reliabel |

**Sumber :** Data penelitian diolah, *output SPSS 20, 2023.*

Hasil uji realibilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian pada stiap variabel yaitu mulai dari variabel X1 (lokasi), variabel X2 (produk). Variabel X3 (reputasi), variabel X4 (pelayanan) dan variabel Y (keputusan nasabah), dari datadiatas maka dapat didimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliablel (terpercaya). Untuk pengukuran serta penelitian lebih lanjut yang dapat dilihat dari nilai Cronbach's Alpha yang semuanya menunjukkan bahwa lebih besar daripada 0.060.

**Uji asumsi klasik**

**Uji normalitas**

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak.

**Tabel 4**
**Uji normalitas**
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|---|---|---|
| N | | 100 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | 0E-7 |
| | Std. Deviation | .95660213 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .096 |
| | Positive | .096 |
| | Negative | -.061 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .958 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .318 |

**Sumber :** Data penelitian diolah, *output SPSS 20, 2023.*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil dari uji normalitas menunjukkan nilai Asymp.signifikansi nya adalah 0,318 dimana nilai signifikasi pada tabel di atas lebih dari nilai α atau 0,05, sehingga dapat dismpulkan bahwa data ppada penelitian tersebut berdistribusi normal.

**Uji multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya orelasi antar variabel independen, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen.

**Tabel 5**
**Uji multikolinieritas**
**Coefficients[a]**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | 18.193 | 1.294 | | 14.057 | .000 | | |
| X1 | -.156 | .063 | -.238 | -2.487 | .015 | .846 | 1.182 |
| X2 | -.048 | .051 | -.106 | -.948 | .345 | .622 | 1.607 |
| X3 | .028 | .043 | .062 | .642 | .522 | .836 | 1.197 |
| X4 | .249 | .047 | .561 | 5.234 | .000 | .675 | 1.481 |

**Sumber :** Data penelitian diolah, *output SPSS 20, 2023.*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan apakah terdapat korelari antar variabel independen(bebas) dengan melalui uji Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance dan VIF,* dimana jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10 maka artinya tidak terdapat korelasi antar variabel dan untuk nilai VIF, jika lebih kecil dari < 10.00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas . Maka setelah dilakukan uji multikolinieritas menggunkan SPSS 20. Maka diperoleh nilai tolerance X1 = 0.846 , X2 = 0.622 , X3 = 0.836 dan X4 = 0.675 dapat dilihat bahwa nilai tolerance pada data penelitian ini lebih dari > 0.10 maka tidak terdapat korelasi antara variabel bebas pada data penelitian ini. Dan untuk nilai VIF pada tebel diatas diperoleh nilai VIF X1 = 1.182 , X2 = 1.607 , X3 = 1.197 dan X4 = 1.481 dapat dilihat bahwa nilai VIF pada data penelitian ini lebih kecil dari < 10.00 maka tidak terjadi multikolinieritas.

**Uji heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah tidak terdapat kesamaan antar variance maupun residual satupengamatan ke pengamatan lainnya.

**Tabel 6**
**Uji heterokedastisitas**
**Coefficients[a]**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 1.015 | .816 | | 1.244 | .217 |
| x1 | .053 | .039 | .146 | 1.340 | .183 |
| x2 | -.031 | .032 | -.124 | -.977 | .331 |
| x3 | -.027 | .027 | -.110 | -1.005 | .317 |
| x4 | -.010 | .030 | -.040 | -.329 | .743 |

**Sumber :** Data penelitian diolah, *output SPSS 20, 2023.*

Pada tabel diatas menunjukkan hasil dari uji heterokedastisitas dengan melihat nilai siq. Pada tabel, apabila nilai siqnifikansi nya lebih besar dari > 0.05 maka dalam data penelitian tidak terdapat gejala heterokedastisitas. Dan setelah dilakukannya uji heterokedastisitas pada daa penelitian ini maka diperoleh nilai siq. Variabel X1 = 0.183, X2 = 0.331 , X3 = 0.317 dan X4 = 0.743, dimana seluruh nilai siq. Disetiap variabel lebih dari > 0.05 maka dalam data penelitian ini tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

**Uji autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke obervasi lainnya.

**Tabel 7**
**Uji autokorelasi**
**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | .512[a] | .262 | .231 | .977 | 2.294 |

**Sumber :** Data penelitian diolah, *output SPSS 20, 2023.*

Berdasarkan uji autokorelasi pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai dari durbin watson (DW) sebesar 2.312 , nilai du = 1.758 dan nilai dl = 1.592. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel pada tabel durbin watson, jumlah sampel pada penelitian ini adalan (n) =100 dan jumlah variabel dependen (k)=4 variabel. Oleh karena itu nilai durbin watson (DW) lebih dari batas atas *du* sebesar 1,758 dan kurang dari (4-dl) yaitu 4-1.592 = 2.407 ( dL < d atau 4-dU < d < 4-dL )atau dengan kata lain 2.241 < 2.294 < 2.407, maka dapat disimpulkan bahwa uji auto korelasi tidak ada kesimpulan. Solusi yang dapat dilakukan untuk mengetahui bahwa apakah terdapat autokorelasi pada penilitian ini ada dengan melakukan uji run test.

**Tabel 8**
**Uji Run Test**
**Runs Test**

| | Unstandardized Residual |
|---|---|
| Test Value[a] | -.10826 |
| Cases < Test Value | 50 |
| Cases >= Test Value | 50 |
| Total Cases | 100 |
| Number of Runs | 56 |
| Z | 1.005 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .315 |

**Sumber :** Data penelitian diolah, *output SPSS 20, 2023.*

Setelah dilakukannya uji run test untuk mengetahui apakah terdapat autokorelasi pada penelitian ini bisa dilihat pada tabel diatas. Apabila nilai signifikan lebih besar dari > 0,05 maka data dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi. Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa nilai signifikannya sebesar 0,315 yang mana lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi ini.

**Uji hipotesis**

**Uji koefisien determinasi**

Koefisien determinasi (R2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

**Tabel 9**
**Uji koefisien determinasi**
**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .512[a] | .262 | .231 | .977 |

**Sumber :** Data penelitian diolah, *output SPSS 20, 2023.*

Dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa R *Squere* sebesar 0.231, hal ini memiliki arti bahwa X1 (lokasi), X2 (produk), X3 (reputasi), X4 (pelayanan) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Y (keputusan nasabah) sebesar 0.231. sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain.

**Uji F**

**Tabel 10**
**Uji Statistik F**
**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 32.156 | 4 | 8.039 | 8.430 | .000[b] |
| | Residual | 90.594 | 95 | .954 | | |
| | Total | 122.750 | 99 | | | |

**Sumber :** Data penelitian diolah, *output SPSS 20, 2023.*

Pada tabel di atas diperoleh dari hasil Uji Statistik F diperoleh nilai Sig yaitu 0.000 yang menunjukkan angka lebih kecil dari < 0.05 dan nilai $F_{hitung}$ yaitu 8.430 yang mnunjukkan jumlahnya lebih besar jika dibandingkan dengan $F_{tabel}$ yaitu 2.47. maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen lokasi, produk, reputasi dan pelayanan (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen keputusan nasabah (Y).

**Uji t**

**Tabel 11**
**Uji Statistik t**
**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 18.193 | 1.294 | | 14.057 | .000 |
| | X1 | -.156 | .063 | -.238 | -2.487 | .015 |
| | X2 | -.048 | .051 | -.106 | -.948 | .345 |
| | X3 | .028 | .043 | .062 | .642 | .522 |
| | X4 | .249 | .047 | .561 | 5.234 | .000 |

**Sumber :** Data penelitian diolah, *output SPSS 20, 2023.*

Berdasarkan tebel diatas setelah dilakukannya pengujian untuk mengetahui apakah setiap variabel x memiliki pengaruh terhadap variabel y:

1. **Pengaruh lokasi terhadap keputusan menabung mahasiswa universitas islam negri sumatra utara dalam menggunakan bank syariah**

   Hipotesis pertama pada tabel diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai $t_{hitung}$ untuk veriabel lokasi (X1) sebesar 2.487 dengan nilai $t_{tabel}$ = 1.985 maka nilai $t_{hitung}>t_{tabel}$ dan sementara nilai pada signifikannya $t_{hitung}$ variabel lokasi (X1) sebesar 0.015 sedangkan siqnifikansi untuk $t_{hitung}$ < 0.05. dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X1) Memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

2. **Pengaruh produk (X2) terhadap keputusan menabung mahasiswa universitas islam negri sumatra utara dalam menggunakan bank syariah**

   Hipotesis kedua pada tabel diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai $t_{hitung}$ untuk veriabel produk (X2) sebesar 0.948 dengan nilai $t_{tabel}$ = 1.985 maka nilai $t_{hitung}>t_{tabel}$ dan sementara nilai pada signifikannya $t_{hitung}$ variabel produk (X2) sebesar 0.345 sedangkan siqnifikansi untuk $t_{hitung}$ < 0.05. dapat disimpulkan bahwa variabel produk (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

3. **Pengaruh reputasi terhadap keputusan menabung mahasiswa universitas islam negri sumatra utara dalam menggunakan bank syariah**

   Hipotesis ketiga pada tabel diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai $t_{hitung}$ untuk veriabel reputasi (X3) sebesar 0.642 dengan nilai $t_{tabel}$ = 1.985 maka nilai $t_{hitung}>t_{tabel}$ dan sementara nilai pada signifikannya $t_{hitung}$ variabel reputasi (X3) sebesar 0.522 sedangkan siqnifikansi untuk $t_{hitung}$ < 0.05. dapat disimpulkan bahwa variabel repuutasi (X3) tidak Memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

**4. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan menabung mahasiswa universitas islam negri sumatra utara dalam menggunakan bank syariah**

Hipotesis keempat pada tabel diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai $t_{hitung}$ untuk veriabel pelayanan (X4) sebesar 5.234 dengan nilai ttabel = 1.985 maka nilai $t_{hitung}>t_{tabel}$ dan sementara nilai pada signifikannya $t_{hitung}$ variabel pelayanan (X4) sebesar 0.000 sedangkan siqnifikansi untuk $t_{hitung} < 0.05$. dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X4) Memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

**Pembahasan**

**1. Pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan bank syariah**

Hasil uji t yang telah dilakukan menggunakan spss 20. Tentang pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa daam menggunakan bank syariah nilai yang didapatkan setelah dilakukannya uji tersebut adalah diketahui bahwa nilai siq. 0.015 yang mana artinya bahwa nilai siq. Tersebut lebih kecil dari 0.05, yang mana kita ketahui apabila nilai signifikansi nya lebih kecil 0.05, dapat dikatakan bahwa variabel X (lokasi) berpengaruh terhadap variabel Y (keputusan mahasiswa).

Lokasi merupakan tempat dimana produk bisa sampai kepada si nasabah. Kedekatan lokasi dan kestrategisan lokasi tersebut menjadi hal yang sangat penting bagi si nasabah dan juga bank tersebut, karena semakin mudah dijangkau oleh pandangan, maka semakin berpengaruh pula terhadap keputusan si nasabah dalam menggunakan bank syariah.

Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fety Aniarsih and Sunardi,[28] tantang "pengaruh lokasi terhadap keputusan menabung pada bank syariah"menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan bank syariah.

**2. Pengaruh produk terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan bank syariah**

Hasil uji t yang telah dilakukan menggunakan spss 20. Tentang pengaruh prosuk terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan bank syariah, nilai yang didapatkan setelah dilakukannya uji tersebut adalah diketahui bahwa nilai siq. 0.345 yang mana artinya bahwa nilai siq. Tersebut lebih besar dari 0.05, yang mana kita ketahui apabila nilai signifikansi nya lebih besar 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X(produk) tidak berpengaruh terhadap variabel Y(keputusan mahasiswa).

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada si nasabah dengan tujuan untuk memuaskan keingan si nasabah. Produk-produk bank syariah yang beragam dan manarik, segingga tidak akan kalah saing dengan bank konvesional, dan pada umumnya pun setiap produk yang ada pada bank konvensional dan bank syariah memiliki daya tarik tersendiri bagi si nasabah.

Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Roni Andespa, [29] tantang "pengaruh reputasi terhadap keputusan menabung pada bank syariah"menyatakan bahwa produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan bank syariah.

**3. Pengaruh reputasi terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan bank syariah**

Hasil uji t yang telah dilakukan menggunakan spss 20. Tentang pengaruh reputasi terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan bank syariah, nilai yang didapatkan setelah dilakukannya uji tersebut adalah diketahui bahwa nilai siq. 0.522 yang mana artinya bahwa nilai

[28] Fety Aniarsih and Sunardi, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Kelurahan Kelapa Dua-Tangerang)," *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2019, 62.

[29] Roni Andespa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah," *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 2, no. 1 (2017): 1–15.

siq. Tersebut lebih besar dari 0.05, yang mana kita ketahui apabila nilai signifikansi nya lebih besar 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X (reputasi) tidak berpengaruh terhadap variabel Y (keputusan mahasiswa).

Pada dasarnya reputasi merupakan persepsi seseoran terhadap bank, reputasi dikatakan penting karena, bank yang baik akan dapat lebih banyak kepercayaan dari masyarakat yang akan menggunakan bank syariah, karena semakin buruk kepercayaan masyarakat pada bank tersebut maka akan semakin buruk pula pandangan masyarakat pada bank tersebut, itu lah juga yang menjadi penyebab menurunnya nasabah yang akan menggunakan bank tersebut.

Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Irnawati Indi,[30] tantang "pengaruh reputasi terhadap keputusan menabung pada bank syariah"menyatakan bahwa reputasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan bank syariah.

**4. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan bank syariah**

Hasil uji t yang telah dilakukan menggunakan spss 20. Tentang pengaruh pelayanan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan bank syariah, nilai yang didapatkan setelah dilakukannya uji tersebut adalah diketahui bahwa nilai siq. 0.000 yang mana artinya bahwa nilai siq. Tersebut lebih kecil dari 0.05, yang mana kita ketahui apabila nilai signifikansi nya lebih kecil 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X(pelayanan) memiliki berpengaruh terhadap variabel Y(keputusan mahasiswa).

Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain. Yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pengetahuan pegawai terhadap produk dan jasa bank syariah, keterampilan pegawai, kualitas pelayanan, bahkan penampilan pegawai pun sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengguanakn bank syariah.

Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widya Aisyah,[31] tantang "pengaruh pelayanan terhadap keputusan menabung pada bank syariah"menyatakan bahwa pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan bank syariah.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian setelah dilakukannya pengambilan data dengan cara menyebarkan kusioner ke mahasiswa uinsu prodi perbankan syariah dan pengolahan data nya menggunakan *SPSS 20.* disimpulkan bahwa, variabel lokasi dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa uinsu dalam menggunakan bank syariah, sedangkan ariabel produk dan reputasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa uinsu dalam menggunakan bank syariah. Dan dari hasil uji koefisien determinasi dejelaskan bahwa pengaruh variabel X dengan variabel Y itu sebesar 0.231 selebih nya ada pada variabel yang tidak erdapat pada penelitian ini.

[30] Irnawati Indi, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1–21.

[31] Widya Aisyah, *Minat Masyarakat Nagari Sungayang Menabung Di Bank Syariah* (Batusangkar: Institut Agama Islam Negeri, 2018).

## DAFTAR PUSTAKA

A, Irawan HDianita ISalsabila Mulya. "Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional." *Urnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2021): 147–58.

Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, Tira Nur Fitria. "PERKEMBANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2015): 75–87.

Andespa, Roni. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah." *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 2, no. 1 (2017): 1–15.

Aniarsih, Fety, and Sunardi. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Kelurahan Kelapa Dua-Tangerang)." *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2019, 62.

Edo, M., Andilala, A., Bachtiar. "Analisis Pengaruh Harga, Persepsi Ukuran, Persepsi Reputasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Menggunakan Transportasi Online." *Jurnal Hukum Dan Peradilan* 2, no. 3 (2018): 1638–1647.

Fitryani, Vivin, Roos Nana Sucihati Sari, Suci Purnama. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Dusun Lengas Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir." *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 8, no. 2 (2020): 112–23.

Hasanuddin, M. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas." *Manajemen, Jurnal Riset Bisnis Dan* 3, no. 1 (2016): 11–21.

Hasbi, Muhammad Zindy Nafi'. "Potret Kehidupan Ekonomi Pada Zaman Nabi Portrait Of Economic Life In The Age Of The Prophet." *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman Dan Kemasyarakatan* 3, no. 1 (2021): 1–8.

Indi, Irnawati. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1–21.

Moloeng. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2017.

Muhith, Abdul. "Sejarah Perbankan Islam." *Attanwir: Jurnal Kajian Keislaman Dan Pendidikan* 01, no. 02 (2012): 70–84. http://www.maybank2u.com.my/iwov-resources/islamic-my/document/my/en/islamic/scoe/knowledge-centre/articles/Sejarah_Perbankan_Islam.pdf.

Najah, Safinatun. "Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di AXA Mandiri Dan BSM Cabang Yogyakarta Tahun 2016," 2016.

Najib, M. A. "Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah." *Jurnal Jurisprudence* 7, no. 1 (2017): 15–28.

Nasution, Muhammad Lathief Ilhamy. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Medan: Febi Uin-Su Press, 2018.

Pasi, Ida Royani. "Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Masyarakat Pada Bank Syariah." *Jurnal Al-Qasd* 1, no. 2 (2017): 4. http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/AL-QASD/article/view/509/779.

Riza, A., Hakim, L., & Eliana, E. "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, Dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Banda Aceh." *Jurnal Emt Kita* 5, no. 1 (2019): 21–29.

Roni Andespa. "Strategi Pelayanan Bank Konvensional Dan Syariah: Prioritas Pelayanan Fisik Dan Empati." *Al-Masraf : Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 1, no. 2 (2016): 143–59. http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/almasraf/article/view/53.

Rumastari, R. P., Sunindyo, A. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Ngesrep Semarang)." *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 3, no. 1 (2019): 22–29.

Sari, P. K., Fakhruddin. "Identifikasi Penyebab Krisis Moneter Dan Kebijakan Bank Sentral Di Indonesia: Kasus Krisis Tahun (1997-1998 Dan 2008)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)* 2, no. 1 (2016): 377–88.

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2009.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta, cet, 2017.

Widowati, A. S., & Mustikawati, R. I. "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah." *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 7, no. 2 (2018): 56–67.

Widya Aisyah. *Minat Masyarakat Nagari Sungayang Menabung Di Bank Syariah*. Batusangkar: Institut Agama Islam Negeri, 2018.

Wirawan, Andi Andika, and Nurlaely Razak Herman Sjahruddin. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening Variabel." *JURNAL ORGANISASI DAN MANAJEMEN* 12, no. 1 (2019): 15–26.

Yanti, Nursantri. *Desain Akad Perbankan Syariah*. Edited by Andri Soemitra. Medan: Febi UIN SU Press, 2020.