

	JURNAL BILAL BISNIS EKONOMI HALAL	
	VOL. 2 No. 2, JUNI 2021: 131-139	E-ISSN:2747-0830

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR iB Subsidi Pada Bank Syariah

Diah Kartika Putri ¹⁾, Rizal Agus ²⁾, Marlya Fatira AK ³⁾
Akuntansi Politeknik Negeri Medan Diahsari@student.polmed.ac.id

Abstract

This research was conducted to determine the quality of service for the purchase decision of Subsidized KPR IB at PT Bank Sumut Syariah Karya Sub-Branch Office where the independent variables are Shariah Compliance (X1), Assurance (X2), Reliability (X3), Tangible (X4), Empathy (X5) and Responsiveness (X6) to the dependent variable namely Buying Decision (Y). Mechanical collection of data through questionnaires were distributed to 76 respondents. The data analysis technique used regression linear multiple to do test the simultaneous (F), a test of determination, test partial (t) with a level significantly by 5 percent which is processed by using SPSS 16. The results of the research have shown that variabel shariah compliance is partially no effect significantly against the decision of purchase, variabel assurance is partially not impact significantly on the decision of purchase, variabel reliability is partially influenced significantly against the decision of purchase, variabel tangible is partially not impact significantly on the decision of purchase, variabel empathy is partially influenced significantly against the decision of purchase and variabel responsiveness in partial has a significant effect on purchasing decisions. in simultaneous, quality of service which consists of Shariah Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy and Responsiveness influence positively and significantly to the decision of purchase of mortgage IB Subsidies At PT Bank North Sumatra Office Branch Vice Sharia work to influence sebesar 83.9% while the remaining 16, 1% is influenced by other variables outside the study.

Keywords: *Quality of Service, CARTER and Buying Decision*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian KPR Ib Subsidi Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya dimana variabel independen yaitu *Shariah Compliance* (X1), *Assurance* (X2), *Reliability* (X3), *Tangible* (X4), *Empathy* (X5) dan *Responsiveness* (X6) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Teknik pengumpulan data melalui kuisioner yang didistribusikan kepada 76 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan melakukan uji simultan (F), uji determinasi, Uji parsial (t) dengan tingkat signifikan sebesar 5 persen yang diolah dengan menggunakan SPSS 16. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *shariah compliance* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *assurance* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *tangible* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *empathy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel *responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. secara simultan, kualitas pelayanan yang terdiri dari *Shariah Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy* dan *Responsiveness* pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian KPR Ib Subsidi Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya dengan pengaruh sebesar 83,9% sedangkan sisanya 16,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang diluar penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Dimensi CARTER* dan Keputusan Pembelian

© 2021 Author(s). All rights reserved.

Pendahuluan

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah (Syarifuddin et al., 2020). Saat ini perbankan syariah perkembangannya pesat sejak disahkan Undang-Undang Perbankan No.7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah Undang Undang No.10 Tahun 1998 mengenai perbankan syariah dimana bank memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri perbankan syariah (Yogiarto, 2015: 1). PT Bank Sumut Syariah merupakan salah satu bank syariah yang telah tercantum dalam perbankan di Indonesia. Salah satu produk yang terdapat pada Bank Sumut Syariah adalah KPR IB Subsidi. KPR IB Subsidi merupakan pembiayaan dengan akat murabahah. Pembiayaan ini disebut juga Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) yaitu dukungan likuiditas kepada Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) yang pengelolaan oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (Kementerian- PUPERA) diperuntukkan pada Pegawai/karyawan yaitu Pegawai Negeri Sipil, Pegawai Tetap/Honor/Outsourcing dari Lembaga /Instansi/BUMN/BUMD/Perusahaan Swasta /TNI/Polri yang berpenghasilan tetap (www.banksumut.co.id diunduh pada juli 2020).

Berikut ini merupakan jumlah nasabah KPR IB Subidi pada PT Bank Sumut Kantor Cabang PebantuSyariah Karya dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1
Perkembangan Jumlah Nasabah KPR IB Subsidi

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase
2016	34	-
2017	93	174%
2018	103	11%
2019	85	-17%

Sumber: Bank Sumut Kantor Cabang Pmbantu Syariah Karya

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah nasabah KPR Ib Subsidi terjadi fluktuatif. Pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebanyak 93 nasabah, dan pada tahun 2018 yaitu sebanyak 103 nasabah atau meningkat 11% sedangkan pada tahun 2019 terjadi penurunan yaitu hanya mampu menghasilkan sebanyak 85 nasabah atau menurun -17%. Kenaikan yang diharapkan terjadi setiap tahunnya tidak tercapai karena pada tahun 2019 perkembangan jumlah nasabah mengalami penurunan.

Pelayanan yang baik akan berdampak positif bagi nasabah atau calon nasabah untuk menggunakan prosuk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2018:188) keputusan pembelian yaitu berupa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk (AK & Agus, 2020). Produk yang dicarinya serta mengevaluasi alternative yang paling menguntungkan. Dalam menentukan pemilihan tidak berlandaskan kualitas produk saja, akan tetapi nasabah juga mempertimbangkan aspek kualitas layanan yang ditawarkan sebuah perusahaan menjadi suatu hal yang diprioritaskan dalam menentukan pilihan atau keputusan pembelian. Produk dan jasa yang berkualitas merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan (Diah dan Muhammad, 2014:2).

Kualitas layanan menjadi hal utama yang perlu diperhatikan khusus oleh perusahaan yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Kualitas yang baik akan membuat kepuasan para pelanggan dan memutuskan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono, 2014:268). Menurut Othman dan Owen (2001) dalam Yuanna (2018:24), ada enam variabel yang perlu diperhatikan dalam mengukur kualitas pelayanan pada perbankan syariah yaitu CARTER yang terdiri dari *Shariah Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy* dan *Responsiveness*.

Diantara dimensi CARTER tersebut akan meningkatkan profitabilitas, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah, keputusan nasabah dan kinerja bank. Kualitas pelayanan yang diberikan secara maksimal membuat bank syariah mampu bersaing dengan kompetitornya (Nidhar, 2015: 23). Menurut Lupiyoadi (2014) dalam Aisyah (2017:122) salah satu faktor yang menentukan tingkat

keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan

Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menghasilkan berbagai kesimpulan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Diah dan Muhammad (2010) yang menyimpulkan bahwa faktor yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan adalah kualitas pelayanan. Muhammad Effendy Muchtar, Lia Suprihartini, dan Marlia Sari Dewi(2018) dengan judul Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa PT Pos Indonesia(Persero)Tanjung Pinang hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan adanya hasil perbedaan penelitian terdahulu maka perlu dilakukan penelitian selanjutnya dengan objek yang sama yaitu keputusan pembelian. Namun menggunakan studi kasus dan sasaran yang berbeda yaitu pada nasabah KPR Ib Subsidi pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya Medan.

Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sebagai suatu persepsi tentang kinerja perusahaan (*perception of performance based*) yang dialami konsumen, berasal dari perbandingan antara perasaan yang seharusnya diharapkan diterima konsumen dari pelayanan perusahaan (*expectation*) dengan persepsi konsumen tentang kinerja dari pelayanan yang diperolehnya (*perception*). Hal ini berarti kualitas layanan dipandang sebagai derajat serta arah perbedaan antara persepsi konsumen dengan harapannya (Choliq, 2013: 56). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono 2014:268). Semakin tinggi tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Pelayanan Dalam Pandangan Islam

Menurut Didin dan Herma (2003) dalam Ramadhani dkk (2015:27) harus terdapat nilai-nilai islam dalam memberikan pelayanan yang maksimal. (1) Profesional (*Fathanah*); Profesional adalah bekerja secara maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan. Digambarkan dalam surah Al Israa ayat 84⁶*Katakanlah -wahai Rasul-, "Setiap manusia beramal sesuai dengan pembawaannya masing- masing yang menyerupai keadaannya dalam hidayah atau kesesatan." Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.* (Al quran, 2010:290), (2) Kesopanan dan Keramahan (*Tabliq*); Tablig artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat tablig akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat. Kesopanan dan tutur kata yang ramah meruakan proes pelayanan yang baik keada orang lain. Surah Thahaa ayat 44: *"Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut"* (Al quran, 2010:314). Maksudnya apabila melayani seseorang harus dengan rendah hati, tutur kata yang sopan darberkesan pada orang lain dan merasa puas dengan yang diterima. (3) Jujur (*Siddik*), yaitu Jujur yaitu tidak berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Yaitu menjalankan bisnis dengan tidak menipu. Seperti praktik bisnis yang dijalankan Rasulullah Saw dalam menjalankan perdagangan. (4) Amanah, Amanah bererti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Seperti dalam surah An-Nissa ayat 58. *"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat"* (Al quran, 2010:87).

Menegaskan bahwa kepada setia manusia untuk menyampaikan amanat kepada orang lain yang berhak menerimanya. Sifat amanat harus selalu dimiliki oleh seorang muslim. Amanat diaplikasikan dalam bentuk pelayanan yang optimal dan *ihsan* (berbuat yang terbaik).

Mengukur kualitas pelayanan

Menurut Othman dan Owen (2001) dalam Yuanna (2018:24) untuk mengukur kualitas pelayanan pada perbankan syariah, dapat diukur dengan cara: (1). *Shariah Compliance*, yaitu kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip syariah (Arif, 2010:222). Indikator yang digunakan dalam *syariah compliance* (Astuti dkk, 2009:50), mencakup: Sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip islam, Ketentuan produk yang sesuai ketentuan islam, Ketentuan pembiayaan bebas bunga, dan Layanan berbasis islam. (2) *Assurance*, yaitu Yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketentraman yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan (Tjiptono, 2019:171). Indikator dalam mengukur *assurance*. Kompetensi, Keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki para karyawan untuk melakukan pelayanan. Kesopanan dan Yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan. Dan Kredibilitas Yaitu hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan. Dan Keamanan dan Yaitu bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. (3) *Reliability*, mencakup Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati (Tjiptono, 2019:171). Indikator dalam mengukur *reliability* mencakup Ketepatan waktu dalam pelayanan, Dapat menjawab pertanyaan, Memiliki standart pelayanan yang jelas, Kemampuan dalam menggunakan alat bantu, *Tangible*, kemampuan bank dalam menunjukkan ekspektasinya pada pelanggan. Penampilan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dengan lingkungan sekitar (Tjiptono, 2019:171)., Indikator yang digunakan dalam *tangible*, Fasilitas Fisik, Fasilitas fisik adalah segala sesuatu yang berupa benda atau yang dapat dibendakan, yang mempunyai peranan dapat memudahkan dan melancarkan suatu usaha., Perlengkapan, Merupakan barang barang yang digunakan dalam melengkapi suatu pekerjaan agar berjalan dengan baik yang bersifat lebih kecil dan bersifat habis dipakai, serta dapat dipakai secara berulang ulang. Sarana komunikasi, Sarana komunikasi adalah semua sarana yang dipakai untuk memproduksi, mendistribusikan ataupun menyebarkan dan juga menyampaikan suatu Informasi. *Empathy*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti memahami para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberi perhatian secara personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman (Tjiptono, 2019:172). Indikator yang digunakan dalam *empathy*, Akses, Kemudahan untuk dihubungi dan ditemui dan kemudahan kontak., Komunikasi, Menyampaikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah di mengerti serta mendengarkan saran dan keluhan nasabah., Kemampuan memahami pelanggan, Berupaya memahami nasabah dan kebutuhan spesifik mereka, memperhatikan secara individu dan mengenal nasabah secara regular. *Responsiveness*, yaitu ketersediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat (Tjiptono, 2019:171). Indikator yang digunakan dalam *responsiveness*. Kemampuan untuk membantu nasabah. Merespon permintaan nasabah. Memberikan jasa secara cepat dan tepat, Merespon semua keluhan nasabah

Keputusan pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2018:188) keputusan pembelian yaitu berupa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk. Produk yang dicarinya serta mengevaluasi alternatif yang paling menguntungkan. pengambilan keputusan merupakan suatu pendekatan yang

sistematis terhadap suatu masalah yang dihadapi. Masalah tersebut menyangkut pengetahuan tentang hakikat dari masalah yang dihadapi. Oleh karena itu pengambilan keputusan oleh konsumen didasari pada perbandingan sebagai referensi, peluang dan manfaat serta mudharat yang ada (Rahmawati 2019:27).

Dimensi Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2018:184) proses keputusan pembelian melalui lima tahapan yaitu:

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipacu oleh rangsangan internal ataupun eksternal.

2. Pencarian Informasi

Konsumen sering mencari jumlah informasi untuk memperliahkan bahwa barang tahan lama. Sumber informasi utama konsumen yaitu pribadi meliputi keluarga, teman, tetangga dan rekan. Komersial meliputi iklan, situs web, wiraniaga. Publik meliputi media massa, organisasi pemeringkat konsumen. Eksperimental meliputi penanganan, pemeriksaan dan menggunakan produk.

3. Evaluasi Alternatif

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam susunan pilihan. Beberapa konsep dasar membantu memahami proses evaluasi yaitu berusaha memuaskan sebuah kebutuhan, mencari manfaat dari solusi produk dan melihat produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk mengantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan.

4. Keputusan Pembelian

Calon pembeli harus mengambil keputusan pembelian. Konsumen membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Dapat membentuk lima sub keputusan yaitu merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Dengan asumsi bahwa pengambilan keputusan juga sekaligus merupakan pemakai maka persoalan kepuasan pembelian atau ketidakpuasan pembelian tetap akan ada. Sikap puas atau tidak puas hanya terjadi setelah produk yang dibeli konsumen.

Metode Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melakukan kajian secara teori maupun dengan observasi, merumuskan masalah dan menentukan tujuan penelitian, mengumpulkan serta menganalisis data dan diakhiri dengan membuat kesimpulan dan saran. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah PT. Bank Sumut Syariah KCP Medan Karya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah KPR IB Subsidi PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan. Kriteria sampel pada penelitian ini yaitu masyarakat yang menjadi nasabah KPR IB Subsidi PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan.

Pada penelitian ini ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus slovin, melalui perhitungan rumus slovin maka diperoleh sampel sebesar 76. Pada penelitian ini, pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dan studi kepustakaan. Kuesioner pada penelitian ini diperoleh dari nasabah KPR IB Subsidi PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan. Studi kepustakaan pada penelitian ini diperoleh dari perpustakaan dan media internet berupa buku-buku, jurnal dan skripsi yang berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli.

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 16. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian KPR IB Subsidi PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan.

Hasil dan Pembahasan Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	.097	.135
shariah_compliance	.056	.049
assurance	.017	.039
reliability	.141	.061
tangible	-.099	.071
empathy	.308	.058
responsiveness	.195	.065

Sumer: Data diolah dengan SPSS 16

Berdasarkan hasil regresi linear berganda tersebut maka persamaan regresi dalam penelitian ini adalah: **Keputusan Pembelian = 0,097 + 0,056 shariah compliance + 0,017 assurance + 0,141 reliability – 0,099 tangible + 0,308 empathy + 0,195 responsiveness**

Dari rumus regresi diatas dapat dinyatakan nilai koefisien sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 0,097 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai *shariah compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy* dan *responsiveness* maka besarnya nilai keputusan pembelian adalah sebesar 0,097. Apabila nilai *shariah compliance* mengalami kenaikan 1 (satu) maka nilai keputusan pembelian akan mengalami kenaikan 0,056. Apabila nilai *assurance* mengalami kenaikan 1 (satu) maka nilai keputusan pembelian akan mengalami kenaikan 0,017. Apabila nilai *reliability* mengalami kenaikan 1 (satu) maka nilai keputusan pembelian akan mengalami kenaikan 0,141. Apabila nilai *tangible* mengalami kenaikan 1 (satu) maka nilai keputusan pembelian akan mengalami penurunan 0,099. Apabila *empathy* mengalami kenaikan 1 (satu) maka nilai keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,308. Apabila *responsiveness* mengalami kenaikan 1 (satu) maka nilai keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,195.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.916 ^a	.839	.825	.138	2.231

Diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,839 (83,9%) sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *shariah compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy* dan *responsiveness* mempengaruhi keputusan pembelian KPR IB Subsidi sebesar 83,9%. Sedangkan sisanya 16,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Statistik F

Menurut Ghozali (2017:96) uji statistik F (simultan) pada prinsipnya bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel independen atau lebih secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.891	6	1.149	59.929	.000 ^a
	Residual	1.322	69	.019		
	Total	8.213	75			

a. Predictors: (Constant), responsiveness, shariah_compliance, assurance, empathy, reliability, tangible

b. Dependent Variabel: keputusan_pembelian

Diketahui uji signifikansi simultan (uji F) dengan melihat tabel F hitung dan tabel sig. jika dilihat dari keterangan diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 59,929. Tabel distribusi F dicari pada tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$, $df_1 (k-1)$ atau $7-1= 6$ dan $df_2 (n-k)$ atau $76-6=70$ maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,50. $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $59,929 > 2,50$. Jika dilihat dari signifikansi diketahui bahwa nilai signifikasin lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ Dengan ini disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *shariah compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy* dan *responsiveness* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian KPR IB Subsidi Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu yariah Karya.

Uji Statistik T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas (independen) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:97).

Model		t	Sig.
1	(Constant)	.718	.475
	<i>shariah_compliance</i>	1.131	.262
	<i>assurance</i>	.422	.674
	<i>reliability</i>	2.320	.023
	<i>tangible</i>	-1.399	.166
	<i>empathy</i>	5.273	.000
	<i>responsiveness</i>	2.984	.004

Sumber: Data diolah dengan SPSS 16

dapat disimpulkan bahwa pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. *Shariah Compliance*

Diketahui bahwa nilai signifikan 0,262 lebih besar dari 0,05 ($0,262 > 0,05$) sedangkan nilai t hitung sebesar 1,131. t tabel dapat dihitung dengan melihat t tabel ($df = n-k, 76-7 = 69$). Maka didapat t tabel sebesar 1,6672 karena t hitung $<$ t tabel atau $1,131 < 1,6672$ dapat disimpulkan bahwa syariah compliance tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. *Assurance*

Diketahui bahwa nilai signifikan 0,674 lebih besar dari 0,05 ($0,674 > 0,05$) sedangkan nilai t hitung sebesar 0,422. t tabel dapat dihitung dengan melihat t tabel ($df = n-k, 76-7 = 69$). Maka didapat t tabel sebesar 1,6672 karena t hitung $<$ t tabel atau $0,422 < 1,6672$ dapat disimpulkan bahwa assurance tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. *Reliability*

Diketahui bahwa nilai signifikan 0,023 lebih kecil dari 0,05 ($0,023 < 0,05$) sedangkan nilai t hitung sebesar 2,320. t tabel dapat dihitung dengan melihat t tabel ($df = n-k, 76-7 = 69$). Maka didapat t tabel sebesar 1,6672 karena t hitung $>$ t tabel atau $2,320 > 1,6672$ dapat disimpulkan bahwa reliability berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. *Tangible*

Diketahui bahwa nilai signifikan 0,166 lebih besar dari 0,05 ($0,166 > 0,05$) sedangkan nilai t hitung sebesar -1,399. t tabel dapat dihitung dengan melihat t tabel ($df = n-k, 76-7 = 69$). Maka didapat t tabel sebesar 1,6672 karena t hitung $<$ t tabel atau $-1,399 < 1,6672$ dapat disimpulkan bahwa tangible tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

5. *Empathy*

Diketahui bahwa nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sedangkan nilai t hitung sebesar 5,273. t tabel dapat dihitung dengan melihat t tabel ($df = n-k, 76-7 = 69$). Maka didapat t tabel sebesar 1,6672 karena t hitung $>$ t tabel atau $5,273 > 1,6672$ dapat disimpulkan bahwa empathy berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

6. *Responsiveness*

Diketahui bahwa nilai signifikan 0,004 lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$) sedangkan nilai t hitung sebesar 2,984. t tabel dapat dihitung dengan melihat t tabel ($df = n-k, 76-7 = 69$). Maka didapat t tabel sebesar 1,6672 karena t hitung $>$ t tabel atau $2,984 > 1,6672$ maka dapat disimpulkan bahwa responsiveness berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Simpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: *Shariah compliance* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian KPR IB Subsidi Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya dengan nilai signifikansi 0,262. *Assurance* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian KPR IB Subsidi Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya dengan nilai signifikansi 0,674. *Reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian KPR IB Subsidi Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya dengan nilai signifikansi 0,023. *Tangible* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian KPR IB Subsidi Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya dengan nilai signifikansi 0,166. *Empathy* secara parsial berpengaruh

signifikan terhadap keputusan pembelian KPR IB Subsidi Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya dengan nilai signifikansi 0,000. *Responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian KPR IB Subsidi Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya dengan nilai signifikansi 0,004. Kualitas Pelayanan yang Terdiri dari Syariah Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy dan Responsiveness secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian KPR IB Subsidi Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya dengan nilai signifikansi 0,000, dengan korelasi yang kuat dan koefisien determinasi sebesar 83,9%. Berdasarkan hasil tersebut maka PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya harus selalu meningkatkan kualitas pelayanan dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya agar kepuasan nasabah dapat tercapai dan meningkatkan jumlah nasabah.

Daftar Pustaka

- Aisyah, Muniaty. Umiyati. Riyan Apriansyah.2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator Pada Produk Tabungan Bni Syariah*. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta
- Al Arif, M.N.R.2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: AlfabetCholiq,
- Abdul.2013. *Pengantar Manajemen*. Semarang: Rafi Sarana Perkasa.
- AK, M. F., & Agus, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Sebagai Penentu Kepuasan Nasabah Pt Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kcu Medan Sudirman. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/187>
<https://www.banksumut.co.id/>
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2018.*Manajemen Pemasaran.Jilid .Edisi ke 13*.Jakarta: Erlangga.
- Muchtar, Muhammad.F.,Lia Suprihartini dan Marlia Sari Dewi.2018.Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa PT Pos Indonesia(Persero) Tanjung Pinang. Jurnal. Fakultas Ekonomi.Universitas Maritim Jaya.
- Rahmawati, Elly.2019. *Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan, Akad, Harga Rumah, Ketersediaan Informasi Dan Pelayanan Bank Terhadap Keputusan Mengambil Kpr Syariah*.Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.Universitas Brawijaya.
- Ramadhani, nidhar., Neneng Nurhasana dan Ratih Trenati.2015.*Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank BRI Syariah Kantor Cabang Cimahi*. Penelitian SPeSIA. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Bandung.
- Sulistianingrum, Diah.2014. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada The Coffee Shop Jl.Ketintang No.73 Surabaya*.Jurnal. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi.Unesa
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.2019.*Service Quality Dan Customer Satisfaction.Edisi 5*.Yogyakarta.ANDI
- Yogiarto, A.H.P. 2015. *Pengaruh Promosi, Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Yuanna.2018. *Analisis Kualitas Pelayanan Berbasis Prinsip Syariah Pada PT. BPRS Puduarta Insani Tembung*.Skripsi.Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Syarifuddin, S., Arfah, F., Rahmawati, I., Mulyono, S., & ... (2020). *EKONOMI SYARIAH*. repository.penerbitwidina.com.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/325313/ekonomi-syariah>