

ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BPRS AMPEK ANGKEK CANDUANG (Studi Kasus Pedagang Pasar Aur Kuning Bukittinggi)

Anwar Sholihin

Pascasarjana IAIN Bukittinggi

Anwarsholihin2002@gmail.com

Bunga Rahma Aulia

S1 Perbankan Syariah IAIN Bukittinggi

Bungarahmaaulia90@gmail.com

Abstrak

The problem of this research is how to analyze the influence of location and type of service on interest in saving at BPRS Ampek Angkek Canduang. Case Study of Aur Kuning Market Traders, Bukittinggi. Meanwhile, the purpose of this study was to analyze the effect of location and type of service on interest in saving at BPRS Ampek Angkek Canduang. A case study of traders at Pasar Aur Kuning, Bukittinggi. This study uses a quantitative approach with data collection techniques, namely, a questionnaire (questionnaire) and observation. While the data analysis technique used multiple linear regression analysis, namely $Y = a + bx_1 + bx_2$, validity test, multicollinearity test, normality test, heteroscedasticity test, autocorrelation test T-Test, F test and coefficient of determination, multiple correlation. The results of the analysis carried out using SPSS 16.0 software resulted in an output analysis showing that significantly the variables owned, namely the location variable (X1) and service (X2) have a contribution to the interest in saving (Y) of market traders in Aur kuning, Bukittinggi, with a value of $Y = 5.382 + 0.339x_1 + 0.556 x_2$ and the significant value is $0.000 < 0.005$. Thus, it can be seen that the independent variables, namely location and service, have a positive effect on the interest in saving (Y) of market traders at Aur Kuning Bukittinggi, and is a positive influence which indicates a good relationship or good influence.

Kata Kunci *Lokasi, Pelayanan dan Minat Menabung*

I. PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya bank syariah pertama pada tahun 1992 yaitu Bank Muamalat. Adapun lahirnya Bank Syariah pertama di Indonesia ini sejalan dengan di berlakukannya Undang-Undang No.7 tahun 1992 namun Undang-Undang ini belum memberikan landasan hukum yang cukup kuat terhadap perkembangan Bank Syariah (Al Arif & Nurrianto, 2012). Selanjutnya dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 10 tahun 1998 yang diikuti dengan SK Bank Indonesia No. 32 tanggal 12 Mei 1999 akhirnya perbankan syariah mempunyai dasar

hukum yang lebih kokoh serta peluang yang lebih besar dalam perkembangan kegiatan usahanya. Undang-Undang No. 10 tahun 1998 ini juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah (Thamrin & Tantri, 2014).

Salah satu perbankan yang menjalankan usahanya berdasarkan syariah islam adalah BPR syariah yang menghimpun dana dari masyarakat dalam berbagai bentuk dan menyalurkan dalam bentuk bantuan berupa pembiayaan terutama kepada pengusaha kecil (Sharif, 2012), sebagai contoh BPR Syariah Ampek Angkek Candung. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah atau lebih sering dikenal dengan BPRS adalah bagian dari Perbankan Syariah (Muhammad, 2015). Demikian juga halnya dengan PT. BPRS Ampek Angkek Candung memiliki nasabah yang sangat banyak hingga mencapai 6489 nasabah yang aktif. PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Ampek Angkek Candung secara resmi mulai beroperasi sejak tanggal 12 Juli 1999 yang tumbuh dan berkembang sebagai bank yang memadukan dunia usaha dengan nilai-nilai sosial dan kerakyatan dalam menjalankan operasionalnya.

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung mempunyai beberapa Cabang Kantor BPRS yang terletak di beberapa daerah yaitu kota Payakumbuh, kabupaten Pasaman dan kabupaten Dhamasraya.

Tabel 1.1

Jumlah nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung 2014-2018

Tahun	Jumlah Nasabah	Peningkatan
2014	33.365	0
2015	34.533	1168
2016	35.523	990
2017	36.419	896
2018	37.012	593

Sumber : Data PT. BPRS Ampek Angkek Candung

Tabungan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Ampek Angkek Candung semakin meningkat dari tahun ke tahun, begitu juga dengan nasabah yang berada di pasar Aur. Tetapi peningkatan jumlah nasabah di pasar aur lebih sedikit, padahal tabungan nasabah di jemput dua kali dalam seminggu.

Pasar Aur Kuning merupakan pusat dari perdagangan yang ada di kota Bukittinggi provinsi Sumatra Barat. Pedagang yang ada pada pasar tersebut berasal dari berbagai macam wilayah atau daerah yang ada di sekitar Bukittinggi. Tidak bisa diragukan lagi bahwa pertumbuhan perekonomian di pasar Aur Kuning sangat baik dan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di kota Bukittinggi (Yadi, 2016). Oleh karena itu, pasar Aur Kuning merupakan pangsa pasar yang bagus untuk mendistribusikan produk tabungan Al-Wadi'ah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Ampek Angkek Candung.

Pasar Aur Kuning memanglah pangsa pasar yang bagus untuk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Ampek Angkek Candung. Namun faktor lokasi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Ampek Angkek Candung yang berada sekitar 5 KM membuat pedagang tidak menabung langsung ke lokasi bank tersebut. Selain itu, sedikitnya sekitar 573 nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Ampek Angkek Candung dari pedagang pasar Aur Kuning menandakan bahwa sedikitnya minat dari pedagang tersebut untuk menabung di bank PT. Bank Pembiayaan

Rakyat Syari'ah (BPRS) Ampek Angkek Candung dari 5356 Pedagang yang ada. Ditambah lagi banyaknya bank umum yang lebih dekat dengan pasar Aur Kuning menjadi peroritis dari pedagang tersebut. Jika dibandingkan dengan bank umum, maka cakupan dari PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Ampek Angkek Candung sangatlah tertinggal.

Pihak *Funding Officer* dari PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Ampek Angkek Candung memberikan layanan yang maksimal agar pedagang pasar Aur Kuning bisa lebih mudah menabung. Berbagai layanan diberikan oleh pihak PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Ampek Angkek Candung untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Salah satu layanan yang paling diandalkan dari PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Ampek Angkek Candung adalah layanan bajapuik (menjemput tabungan nasabah). Layanan ini yang banyak menambah jumlah nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Ampek Angkek Candung.

II. LANDASAN TEORI

1. Lokasi

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi dapat didefinisikan sebagai tempat, kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi atau tempat atau letak adalah tempat dimana perusahaan itu didirikan. Jadi, lokasi di sini adalah tempat di mana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan (Reshita, 2015).

Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha menurut Rosy Sukaryono (Sukaryono, 2016) antara lain:

- a. Lingkungan masyarakat
- b. Kedekatan dengan pasar atau konsumen
- c. Tenaga kerja
- d. Kedekatan dengan bahan mentah, supplier

Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi (Imam Wahjono, 2010). Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu :

- 1) Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan): apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain strategis.
- 2) Pemberi jasa (perusahaan) mendatangi perusahaan : dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- 3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung: berarti *service provider* dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak dapat terlaksana.

2. Pelayanan

Menurut Putribasutami (Putribasutami & Paramita, 2018) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan

berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Sebagian besar produk dan proses pelayanan perbankan dialami dan dikonsumsi ketika pelayanan berlangsung. produk-produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh berbagai bank bisa jadi sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah (Herman, 2012). Dalam hal ini, keandalan sistem pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Dunia perbankan menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah bagi keberhasilan bisnis bank. Perbankan berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah dan mengembangkan pelayanan yang unggul.

Salah satu strategi yang tepat untuk mengetahui kemampuan bank dalam memuaskan nasabah adalah dengan mengupayakan sistem umpan balik yang memungkinkan bank dapat mengetahui langsung dari pelanggan itu sendiri, apakah mereka puas dengan pelayanan-pelayanan bank dan harapan mereka tentang bagaimana seharusnya bank memberikan pelayanan yang memuaskan menurut persepsi nasabah (Tyas & Setiawan, 2012).

3. Minat

Menurut Tjiptono (Tjiptono, 2012) minat adalah sesuatu diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat menabung/membeli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Tjiptono (Tjiptono, 2012) minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Menurut Nur Laili Maghfiroh (Maghfiroh, 2018) efek hierarki minat beli digunakan untuk menggambarkan urutan proses munculnya keyakinan (beliefs). Sikap (attitudes) dan perilaku pengetahuan kognitif yang dimiliki konsumen dengan mengaitkan atribut, manfaat, dan obyek (dengan mengevaluasi informasi), sementara itu sikap mengacu pada perasaan atau respon efektifnya. Sikap berlaku sebagai acuan yang mempengaruhi dari lingkungannya.

Faktor-faktor yang mendasari minat menurut Novitasari (Novitasari, 2017) Minat yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan yang bersifat sosial dan faktor yang berhubungan dengan emosional. Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Timbulnya minat dari diri seseorang juga dapat didorong oleh adanya motivasi sosial yaitu mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang berada sedangkan faktor emosional memperlihatkan ukuran intensitas seseorang dalam menanam perhatian terhadap suatu kegiatan atau obyek tertentu.

Sedangkan menurut Siti Rodiyah (Rodiyah, 2015) definisi minat adalah Suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya. Minat dapat diartikan sebagai Kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah dan keinginan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang deskriptif yaitu pendekatan yang dilakukan dengan cara menggambarkan, menunjukkan, menafsirkan, suatu fenomena yang berkembang pada masa sekarang. Jenis data penelitian ini bersifat kualitatif, sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis maupun lisan. Berdasarkan jenis data pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif (Siregar, 2015). Penelitian kuantitatif dapat bahwa datanya bersifat kuantitatif atau angka-angka statistik ataupun koding-koding yang dapat dikuantifikasi. Data tersebut berbentuk variabel-variabel dan operasioalnya dengan skala tertentu, misalnya skala nominal, ordinal, interval dan ratio (Sugiyono, 2014). Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah berkaitan dengan pengaruh lokasi dan jenis layanan terhadap minat menabung di Bank Syariah BPRS Ampek Angkek Canduang.

IV. HASIL PENELITIAN

Kuisisioner dalam penelitian ini melalui uji validitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur (Sunyoto, 2013). Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 16. Caranya yaitu dengan mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Suatu pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung yang merupakan nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari *r* tabel. Kuisisioner yang dinyatakan valid berarti kuisisioner tersebut benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur. Butir-butir instrumen dianggap valid apabila koefisien korelasi (*r* hitung) > *r* tabel/*r* kritis (0,3). Hasil uji validitas tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1 (Lokasi)				
1	109.8235	234.052	.603	.933
2	110.1176	241.891	.442	.935
3	110.0824	238.196	.460	.935
4	110.1176	237.010	.569	.934
5	110.2235	239.080	.470	.935
6	110.0235	238.928	.527	.934
7	110.0118	234.988	.641	.933
8	110.0471	241.664	.416	.935
9	109.9765	238.404	.510	.934
10	110.0118	236.131	.608	.933
X2 (Pelayanan)				
1	109.7412	237.575	.530	.934
2	110.0941	240.182	.566	.934

3	109.9176	234.172	.576	.934
4	109.8471	239.560	.539	.934
5	110.0235	234.618	.581	.934
6	109.9882	237.845	.589	.933
7	109.9529	236.545	.541	.934
8	110.0353	238.273	.609	.933
9	110.0235	227.928	.707	.932
10	109.9529	240.188	.501	.934
Y (minat menabung)				
1	109.8941	236.501	.583	.934
2	109.8235	238.647	.532	.934
3	109.9059	237.562	.568	.934
4	109.9882	236.583	.606	.933
5	109.7647	236.730	.600	.933
6	109.7294	238.843	.532	.934
7	109.9882	241.417	.453	.935
8	109.8353	236.401	.542	.934
9	109.7647	237.896	.535	.934
10	109.7882	229.097	.676	.932

Sumber : data primer yang diolah

Dari tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa dari 30 butir pernyataan yang diberikan kepada responden terdapat hasil pada variabel X1 sebanyak 10 butir pernyataan yang valid yaitu pernyataan nomor 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10, dan butir pernyataan variable X2 sebanyak 10 butir pernyataan yang valid yaitu pernyataan nomor 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 sedangkan Y terdapat 10 butir pernyataan yang valid yaitu pada nomor 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10.

Berdasarkan uji reliabilitas yang dilakukan peneliti yang bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala-gejala tertentu dari sekelompok individu (Muhammad, 2008).

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.936	30

Sumber: data primer yang diola

Berdasarkan table 3 diatas dapat dilihat bahwa cronbach's alpha 0,936 pada ke 30 butir pernyataan variabel X1 dan X2 serta variabel Y dinyatakan sangat baik atau reliable, karena cronbach's alpha > 0,60.

Uji multikolinieritas yang dilakukan bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Achmad, 2013).

Tabel 4
Uji Multikolinieritas Variabel lokasi (x1) dan pelayanan (x2) Terhadap minat menabung(Y)

Coefficients^a

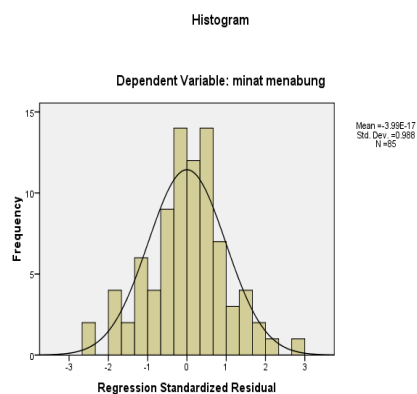
Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF
1	.447	2.236
	.447	2.236

a. Dependent Variable: minat menabung

Sumber: data primer yang diolah

Dari hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai variance inflation faktor (VIF) kedua variabel, yaitu lebih kecil dari 1.000 sehingga bisa diduga bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independent dalam model regresi.

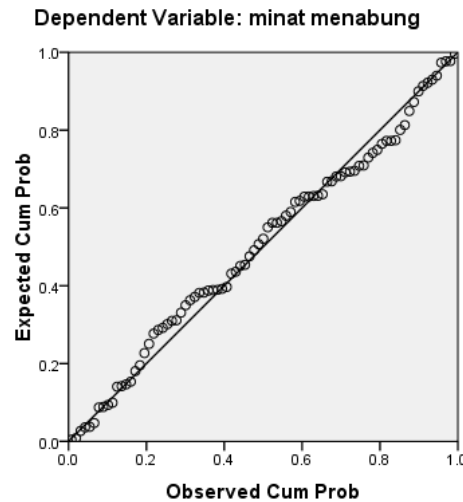
Selanjutnya uji normalitas yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan grafik normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka data normal (Algifari, 2013). Jika pada tabel tes of normality dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov nilai sig >0.05, maka data berdistribusi normal. Adapun uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Uji Normalitas Variabel lokasi (x1) dan pelayanan (x2) Terhadap minat menabung(Y)

Sumber : data primer yang diolah

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Normal probability plot Variabel lokasi (x1) dan pelayanan (x2) Terhadap minat menabung(Y)

Sumber : data primer yang diolah

Table 5
Uji Normalitas Variabel lokasi (x1) dan pelayanan (x2) Terhadap minat menabung(Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.17415012
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.649
Asymp. Sig. (2-tailed)		.794
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan pada grafik histogram, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Begitu pula, pada grafik normal P-P Plot residual penyebaran data belum terlalu garis normal (garis lurus). Untuk lebih

memastikan residual data telah mengikuti asumsi normalitas, maka residual data di uji kembali dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Pada tabel uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa residual data yang didapat tersebut mengikuti distribusi normal, berdasarkan hasil output menunjukkan $0,794 > 0,05$. Dengan demikian, residual data berdistribusi normal.

Untuk melihat pengaruh kontribusi lokasi dan pelayanan terhadap kinerja minat menabung, maka digunakan analisa regresi linear berganda Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan program SPSS 16.0 dapat dilihat rangkuman hasil empiris penelitian sebagai berikut :

Tabel 6
Rangkuman Hasil Empiris Penelitian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.382	2.467		2.181	.032
Lokasi	.339	.093	.327	3.626	.000
pelayanan	.556	.089	.565	6.257	.000

a. Dependent Variable: minat menabung

Sumber : data primer yang diolah

Dari data diatas dapat diketahui persamaan regresi linear sederhana dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Hikmat, 2014) :

$$Y = a + bx_1 + bx_2$$

Dimana :

Y = minat menabung

a = konstanta

b = koefisien regresi

x_1 = lokasi

x_2 = pelayanan

$$Y = 5.382 + 0,339x_1 + 0,556 x_2$$

Dari persamaan diatas dapat diambil kesimpulan yaitu :

- a. Konstanta pada persamaan diatas sebesar 5.382 menyatakan bahwa lokasi (x_1) dan pelayanan (x_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat menabung pedagang pasar Aur Kuning Bukittinggi pada BPRS Ampek Angkek Canduang, maka konstanta minat menabung sebesar 5.382.
- b. Koefisien regresi lokasi (x_1) sebesar 0.339 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 point lokasi akan meningkatkan minat menabung pedangan pasar Aur Kuning Bukittinggi pada BPRS Ampek Angkek Canduang sebesar 0.339.
- c. Koefisien regresi pelayanan (x_2) sebesar 0.556 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 point pelayanan akan meningkatkan minat menabung pedangan pasar Aur Kuning Bukittinggi pada BPRS Ampek Angkek Canduang sebesar 0.556.

Pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel lokasi (x_1) dan pelayanan (x_2) yang merupakan variabel yang paling dominan / besar pengaruhnya terhadap peningkatan minat menabung pedangan pasar aur kuning bukittinggi pada BPRS

Ampek Angkek Canduang dimana untuk menentukan mana yang paling dominan diurutkan sampai yang terkecil dilihat dari nilai koefisien regresi yang dimiliki masing-masing variabel.

Dan koefisien regresi yang terdapat pada persamaan diatas bertanda positif (+) yang menandakan arah hubungan yang baik atau pengaruh yang baik, namun apabila koefisien regresi bertanda negative (-) akan menunjukkan hubungan yang berbalik arah atau tidak memiliki pangaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Uji statistik T bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dimana Pada penelitian ini untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun individual. Pada pengujian ini table yang digunakan adalah table t dan sig, yaitu:

Tabel 7
Hasil Pegujian Hipotesis Untuk Uji Parsial Dengan T- Test
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.382	2.467		2.181	.032
Lokasi	.339	.093	.327	3.626	.000
Pelayanan	.556	.089	.565	6.257	.000

a. Dependent Variable: minat menabung

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 7 diatas maka pada taraf kepercayaan 99.95% (signifikan 5% atau 0,005) dan derajat bebas (df) yaitu:

$$df = N-k-1 = 85-2-1 = 82 : 0,025$$

$$\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$$

Dimana :

N = jumlah sampel,

k = jumlah Variabel x

1 = konstanta

- Pada variabel X1 (lokasi) terdapat T *tabel* sebesar 1.989 dengan demikian dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.626 > 1.989$ dengan nilai signifikan 0,000 ($sig < 0.05$) maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variable lokasi terhadap variabel minat menabung pedagang pasar aur kuning bukittingi (Y) pada BPRS Ampek Angkek Canduang, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- Pada variabel X2 (pelayanan) terdapat T *tabel* sebesar 1.989 dengan demikian dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6.257 > 1.989$ dengan nilai signifikan 0,000 ($sig < 0.05$) maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variable pelayanan terhadap variabel minat menabung pedagang pasar aur kuning bukittingi (Y) pada BPRS Ampek Angkek Canduang, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima karena nilai $sig < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{table}$.

Uji F untuk menentukan apakah secara serentak /bersama-sama variable independent mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik atau apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pada tabel anova dibawah ini dapat dilihat pengaruh variabel

independen terhadap variabel dependen secara simultan/bersama-sama. Dimana setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan SPSS 16.0 sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Pegujian Hipotesis Untuk Uji Simultan Dengan F- Test ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1985.257	2	992.629	96.176	.000 ^a
	Residual	846.319	82	10.321		
	Total	2831.576	84			

a. Predictors: (Constant), pelayanan, lokasi

b. Dependent Variable: minat menabung

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 8 di atas dapat dilihat bahwa df yaitu:

$$df1 = k-1 = 2-1= 1$$

$$df2 = N-k = 85-2 = 83 : 1$$

F hitung sebesar 96.176 sedangkan nilai F tabel sebesar 396, nilai tersebut dapat kita ketahui bahwa nilai pada F hitung > F tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dan pelayanan secara simultan terhadap minat menabung pedagang pasar aru kuning bukittinggi pada BPRS Ampek Angkek Canduang, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000^a (sig < 0,05) maka dapat diimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dan pelayanan secara simultan terhadap minat menabung pedagang pasar aru kuning bukittinggi pada BPRS Ampek Angkek Canduang.

V. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di BPRS Ampek Angkek Candung dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa kontribusi lokasi dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pedagang aur kuning bukittinggi pada BPRS Ampek Angkek Canduang dibuktikan dengan hasil regresi linear sederhana yaitu $Y = 5.382 + 0,339x_1 + 0,556 x_2$ dimana angka ini menunjukkan nilai yang positif sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh lokasi dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pedangan aur kuning bukittinggi pada BPRS Ampek Angkek Canduang yang menandakan adanya hubungan yang searah dengan tingkat signifikannya sebesar $(0,000) < 0,005$, hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima atau hipotesis yang diajukan dapat diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, S. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Al Arif, M., & Nurrianto. (2012). *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Algifari. (2013). *Statistik Induktif Uuntuk Ekonomi dan Bisnis edisi ke II*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

- Herman, D. (2012). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hikmat, M. M. (2014). *Metode Penelitian Perspektif Ilmu Ekonomi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Imam Wahjono, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Maghfiroh, N. L. (2018). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo). *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Muhammad. (2015). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Pt. Raja grafindo Persada.
- Muhammad. (2008). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Raja Wali Pers.
- Novitasari. (2017). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Aruransi Takaful Keluarga Palembang. *Skripsi*. Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah.
- Putribasutami, C. A., & Paramita, R. A. (2018). Pengaruh pelayanan, lokasi, pengetahuan dan sosial terhadap keputusan menabung di Ponorogo. *Jurnal Ilmu Managemen*, 157-172.
- Reshita, R. M. (2015). Pengaruh promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di bank BNI di Siduarjo. *Skripsi*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Rodiyah, S. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Ke Puasan Nasabah BPRS. *Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga.
- Sharif, C. M. (2012). *Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukaryono, R. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, produk dan lokasi kantor terhadap keputusan. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori Kuisisioner dan Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Thamrin, A., & Tantri, F. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima (edisi II)*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tyas, R. R., & Setiawan, A. (2012). pengaruh lokasih dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Jurnal Muqtasid*, 277-297.
- Yadi, J. (2016). *Pemikiran Ekonomi Islam*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.