



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 7704-7718

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Pembiayaan KPR Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (Flpp) di PT. BANK Sumut Syariah KCP Karya

Indah Widya Ningrum^{1✉}, Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung²

Program Studi S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Potensi Utama, Medan

Email: indahwidyaningrum12@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Bank syariah adalah suatu lembaga intermediasiantara pihak yang menginvestasikan dananya dibank (investor). Selanjutnya nasabah menyalurkan dananyake bank syariah kemudian memperoleh imbala n daribankyang berbentuk bagi hasil yang diperbolehkanmenurut syariah Islam. Penelitian ini bertuju an untukmengetahui seberapa besar Pengaruh KualitasPelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Min at Nasabahdalam Menggunakan Layanan Pembiayaan FLPP.Teknik analisis yang digunakan adalah tek nik analisisregresi linier berganda. Hasil dari analisis penelitianyang dilakukan dengan alpha5% men unjukkan bahwahasil analisis regresi linier berganda secara simultanantara variabel kualitas pelayana n, promosi dan lokasiberpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan pembiayaa n FLPP dan secarabersamasama mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan pembia yaan FLPP. Begitu jugasecara parsial variabel kualitas pelayanan, promosi danlokasi secara masingma sing berpengaruh terhadapminat nasabah dalam menggunakan layanan pembiayaanFLPP. Besar Pen garuh yang terdapat dalam koefisiendeterminasi yaitu sebesar 0,928 artinya adalah sebesar92,8% var iabel minat nasabah dalam memilihpembiayaan FLPP(Y)yang dapat dijelaskan olehvariabel kualitas p elayanan (X1), promosi (X2) danlokasi (X3). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 7,2% dapat dijelaskan ol eh variabel-variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi, Minat Nasabah*

Abstract

Sharia banks are intermediary institutions between parties who invest their funds in banks (investors). Next, customers channel their funds to Islamic banks and then receive rewards from the bank in the form of profit sharing which is permitted according to Islamic sharia. This research aims to find out how much influence service quality, promotion and location have on customer interest in using FLPP financing services. The analysis technique used is the multiple linear regression analysis technique. The results of the research analysis carried out with an alpha of 5% show that the results of the simultaneous multiple linear regression analysis between the variables of service quality, promotion and location have an influence on customer interest in using FLPP financing services and together they influence customer interest in using FLPP financing services. Likewise, partially the variables of service quality, promotion and location each have an influence on customer interest in using FLPP financing services. The magnitude of the influence contained in the coefficient of determination is 0.928, meaning it is 92.8% of the customer interest variable in choosing FLPP financing (Y) which can be explained by the variables of service quality (X1), promotion (X2) and location (X3). Meanwhile, the remaining 7.2% can be explained by other variables not used in this research.

Keywords: *Service Quality, Promotion, Location, Customer Interest*

PENDAHULUAN

Bank Syariah ialah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip syariah. Berdasarkan jenisnya bank syariah terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Dr.Andri Soemitra, 2009). Bank syariah adalah suatu lembaga intermediasi antara pihak yang menginvestasikan dananya dibank (investor). Selanjutnya nasabah menyalurkan dananya ke bank syariah kemudian memperoleh imbalan dari bank yang berbentuk bagi hasil yang diperbolehkan menurut syariah Islam (Ismail, 2011).

Bank syariah menyalurkan dana ke pihak yang membutuhkan dana (nasabah) dengan menggunakan akad jual beli yang sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak. Imbalan didapatkan dalam bentuk bagi hasil, margin keuntungan, dan/atau bentuk lainnya sesuai ketentuan Islam. Fungsi utama dari bank syariah yakni sebagai penghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk investasi dan titipan, kemudian dana tersebut disalurkan kepada masyarakat dalam bentuk investasi dan titipan.(Ascarya, 2007)

Adanya pertumbuhan aset yang sangat pesat dan jumlah pembiayaan sertapendapatan dana dari pihak ketiga yang cukup besar akan semakin mengukuhkankeberadaan PT. Bank Sumut syariah khususnya di Kota Medan. Dalam hal peningkatan dan pengembangan usahanya PT. Bank Sumut Syariah menerbitkan produk pembiayaan yakni produk yang sudah dikembangkan sebelumnya oleh PT. Bank Sumut

Syariah yang berupa Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) kepada masyarakat guna memenuhi kebutuhan tempat tinggal dan menggunakan prinsip jual beli murabahah maupun prinsip sewa-menyewa atau ijarah. (Dr.Andri Soemitra, 2009)

Dimana pembayarannya dilakukan dengan angsuran atau cicilan yang dibayarkan kepada pihak bank. Melalui Kementerian Perumahan Rakyat (KEMENPERA) pemerintah telah mengintervensi yang dilakukan dalam bentuk pemberian subsidi pembiayaan perumahan untuk masyarakat berpenghasilan rendah. Dengan adanya KPR bersubsidi ini diharapkan dapat membantu masyarakat berpenghasilan rendah maupun masyarakat menengah kebawah untuk mendapatkan tempat tinggal yang layak huni. (Haris)

Sehingga pemerintah memberikan subsidi dana (bantuan) dengan cara menjalin kerjasama dengan bank pelaksana agar memberikan pembiayaan dengan uang muka (DP) dan cicilan atau angsuran yang lebih ringan serta margin keuntungan yang rendah dan tetap, selama masa waktu pengembalian pembiayaan (Komaruddin, 1997). Perumahan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Pemenuhan atas kebutuhan rumah merupakan penjabaran dari amanat yang terkandung didalam UUD Tahun 1945.

Pembiayaan biasanya disebut juga Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) yakni dukungan likuiditas ke Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) yang dikelola oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) diperuntukkan bagi Pegawai/karyawan yakni Pegawai Tetap, Pegawai Negeri Sipil, Outsourcing dari Lembaga Instansi, Honor, Perusahaan Swasta, BUMD, BUMN, serta TNI dan Polri. (Anwar, 2011)

KPR Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) merupakan sebuah program subsidi dari pemerintah guna menyediakan tempat tinggal untuk seluruh masyarakat dengan angsuran ringan, serta merupakan salah satu dukungan pembiayaan perumahan untuk Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR). Pembiayaan subsidi yang diatur oleh pemerintah, sehingga tidak semua masyarakat dapat diberikan fasilitas tersebut. Fitur pembiayaan Kepemilikan Perumahan (KPR) Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) bersubsidi adalah salah satu produk yang ditawarkan PT. Bank Sumut Syariah ke nasabah agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal tempat tinggal. (Asep Rahmat, 2014)

Pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli. Dari hasil analisis disimpulkan bahwa minat nasabah terhadap produk pembiayaan FLPP PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya adalah dilihat dari faktor pelayanannya, pengaruh kelompok referensi dimana nasabah

mendapatkan informasi yang begitu detail dari perusahaan mengenai pembiayaan FLPP tersebut.

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen merupakan salah satu indikator yang menentukan kepuasan konsumen terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen baik, maka akan membuat konsumen beranggapan perusahaan telah profesional dalam memberikan pelayanannya. Begitu pula sebaliknya jika konsumen beranggapan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen buruk, maka konsumen akan beranggapan kalau perusahaan kurang profesional dalam memberikan layanan kepada konsumen.

Seperti yang dikatakan Zeithaml dan Bitrner dalam Lupiyoadi (2013:228) didalam buku tersebut dijelaskan bahwa faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa. Tingkat kepuasan konsumen pun dapat diartikan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (Lupiyoadi,2013:228).

Faktor promosi, dimana PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya melakukan kegiatan promosi, sehingga masyarakat mengetahui bahwa perusahaan tersebut mempunyai pembiayaan FLPP yang prosesnya sangat mudah dan cepat. Kotler (2000:281) menyatakan aktivitas promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan.

Faktor lokasi yang berdekatan dengan tempat tinggal masyarakat. Lokasi suatu usaha juga menentukan keberhasilan usaha tersebut, sebisa mungkin lokasi suatu usaha adalah lokasi yang strategis, dekat dengan keramaian, memiliki akses yang mudah dan lain-lain. Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menjadikan suatu produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang tepat dimanapun konsumen berada (Riyanti, 2015).

TINJAUAN PUSTAKA

Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting bagi bangsa Indonesia. Semua kegiatan usaha sekarang ini selalu melibatkan pihak perbankan baik usaha kecil, menengah apalagi usaha besar. Pengusaha dalam melakukan bisnisnya selalu membutuhkan dana untuk pengembangan usaha dari pihak perbankan bahkan untuk kegiatan pengiriman uang dan juga penjaminan dalam bertransaksi.

Pekerjaan profesi juga banyak menggunakan jasa perbankan terutama pada transfer uang atau juga pengembangan kantor dan lain sebagainya. Akhir tahun 1999, bersamaan dengan dikeluarkannya UU perbankan maka muncullah bank-bank syariah umum dan Bank umum yang membuka unit usaha syariah. Sejak beroperasinya Bank Muamalat Indonesia (BMI), sebagai Bank syariah yang pertama pada tahun 1992, data Bank Indonesia per 30 Mei 2007 menunjukkan bahwa saat ini perbankan syariah nasional telah tumbuh cepat, ketika pelakunya terdiri atas 3 Bank Umum Syariah (BUS) antara lain: Bank Muamalat, Bank syariah Mandiri, 23 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 106 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), sedangkan asset kelolaan perbankan syariah nasional per Mei 2007 telah berjumlah Rp. 29 triliun.

Produk Pembiayaan KPR Fasilitas Likuiditas Pembiayaan (FLPP)

Pembiayaan merupakan salah satu kegiatan Bank Syariah dalam menyalurkan dan kepada pihak lain. Dasarnya adalah ketentuan-ketentuan syariah yang bersumber kepada konsep al-Qur'an, as-Sunnah dan dalil ijtihad. Penyalurannya dalam bentuk pembiayaan didasarkan kepada kepercayaan penerima dana. Pemilik dana dalam hal ini Bank Syariah, percaya kepada penerima dana dan penerima dana diyakini dapat membayarnya.

Penerima dana berkewajiban akan mengembalikan dana sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati (Prof. Dr. H. Asmuni, 2013). Menurut Undang-undang Perbankan nomor 10 tahun 1998 pengertian pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (Kasim, 2013).

Dalam perbankan konvensional, pembiayaan biasa disebut dengan kredit. Kredit sering diartikan memperoleh barang dengan membayar cicilan atau angsuran sesuai dengan membayar cicilan atau angsuran sesuai dengan perjanjian. Namun berbeda dengan perbankan syariah, istilah kredit tidak ada, karena bank syariah memiliki skema yang berbeda dengan bank konvensional dalam menyalurkannya kepada nasabah dalam bentuk pembiayaan (Muhammad, 2005).

Jenis-jenis pembiayaan

Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1. Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produktif dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi.
2. Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan. (Antonio, 2001)

METODE PENELITIAN

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh wawancara dengan pegawai bank dan menggunakan jawaban survey melalui kuesioner yang berisi pernyataan yang dibagikan secara langsung kepada responden yaitu nasabah di PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya. Sedangkan data sekunder diperoleh bukan melalui pihak pertama melainkan dari publikasi pihak ketiga

2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan layanan pembiayaan FLPP di PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya dengan jumlah populasi 52 orang. Sampel penelitian ini diambil dengan metode Non Probability Sampling. Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang anggota populasinya tidak mempunyai peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Adapun skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert

4. Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka atau juga dapat diartikan atau variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai. Dalam penelitian ini ada dua jenis variabel yaitu variabel dependent dan variabel independent.

a) Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain. Variabel ini juga sering disebut dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel terikat yakni minat nasabah dalam menggunakan layanan pembiayaan FLPP (Y). Minat nasabah adalah suatu keinginan yang tumbuh dari dalam diri nasabah terhadap sesuatu yang disenangi atau dibutuhkan.

b) Variabel Independen

Variabel independent merupakan variabel yang menjadi sebab atau berubah atau mempengaruhi suatu variabel lain. Variabel ini sering disebut variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel bebasnya yakni kualitas pelayanan (X1), promosi (X2) dan lokasi (X3). Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan suatu barang atau jasa, hingga bisa menarik minat masyarakat (pembeli). Sedangkan lokasi adalah suatu keputusan perusahaan atau lembaga untuk menentukan tempat usaha, aktivitas usaha dan kegiatan usaha atau kegiatan operasionalnya

Metode Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden sudah terkumpul (Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan, 2017). Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini mengambil 100 orang responden yang tertarik menggunakan pembiayaan FLPP di PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya karena kepuasan pelayanan yang saya dapat dari bank sebanyak 25 responden sangat setuju, 22 responden setuju, 4 responden kurang setuju, dan 1 responden tidak setuju. Saya tidak akan pindah ke bank lain dengan berbagai kelebihan dan kemudahan yang diberikan bank kepada

saya sebanyak 26 responden sangat setuju, 22 responden setuju, dan 4 responden kurang setuju.

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Tabel. 1 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
P1	35.25	54.484	.922	.954
P2	35.31	53.584	.816	.761
P3	35.36	53.819	.741	.741
P4	35.34	54.958	.932	.723
Kualitas Pelayanan	19.61	16.801	1.000	.925

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 52, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r product moment pearson dengan df (degree of freedom) = $n - 2$, jadi $df = 52 - 2 = 50$, maka $r \text{ tabel} = 0,2732$. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel.

Tabel. 2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.966	4

Uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai Cronbach's Alpha, jika nilai Alpha > 0,70 maka butir pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Nilai Cronbach's Alpha adalah 0,966 maka dikatakan reliabilitas tinggi

Uji Normalitas

Tabel. 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Kualitas Pelayanan	Promosi	Lokasi	Minat Nasabah
N		52	52	52	52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	19.61	19.37	19.57	19.43
	Std. Deviation	4.099	3.947	3.667	3.964
Most Extreme Differences	Absolute	.140	.142	.134	.139
	Positive	.106	.096	.077	.080
	Negative	-.133	-.124	-.126	-.134
Kolmogorov-Smirnov Z		1.334	1.282	1.321	1.346
Asymp. Sig. (2-tailed)		.098	.079	.077	.091
a. Test distribution is Normal.					
b. Calculated from data.					

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel. 4 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.222	1.363		.804	.424
	Kualitas Pelayanan	.422	.076	.185	2.322	.022
	Promosi	.385	.179	.309	2.841	.027
	Lokasi	.565	.191	.417	2.628	.021
a. Dependent Variable: Minat Nasabah						

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut

$$Y = 1,222 + 0,422X_1 + 0,385X_2 + 0,565X_3$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi minat nasabah (Y) adalah 1,222 yang artinya apabila nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka minat nasabah adalah sebesar 1,222 satuan.

2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) adalah 0,422 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai kualitas pelayanan sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka minat nasabah akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0,422 satuan.

Uji Hipotesis

1. Uji T

Tabel. 5 Hasil Uji T

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.222	1.363		.804	.424
	Kualitas Pelayanan	.422	.076	.185	2.322	.022
	Promosi	.385	.179	.309	2.841	.027
	Lokasi	.565	.191	.417	2.628	.021
a. Dependent Variable: Minat Nasabah						

menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi memiliki signifikansi $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu Minat Nasabah. Derajat bebas dalam penelitian ini adalah $df = n-1$; dua sisi/ $0,025 = 52-1 = 51;0,025$. Maka t tabel sebesar 2.007. Berikut ini hasil yang di dapat dalam melihat pengaruh secara parsial atau secara sendiri-sendiri antara X1, X2, X3 terhadap Y.

2. Uji F

Tabel. 6 Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	924.977	3	308.326	68.245	.000 ^a
	Residual	363.409	79	4.600		
	Total	1288.386	82			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan atau seara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan menggunakan dua cara, yaitu :

Jika $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan sebaliknya jika $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak. Berdasarkan tabel di atas nilai Sig adalah $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Nasabah secara simultan.

F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima dan sebaliknya jika F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak. F tabel (df pembilang = k dan df penyebut = n-k-1) maka (df pembilang = 3 dan df penyebut = $52-3-1 = 48$) sehingga F tabelnya adalah 2,79. F hitung $>$ F tabel yaitu $68.245 > 2,79$, maka H_0 ditolak sehingga terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasiterhadap Minat Nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.818	.928	2.145
a. Predictors: (Constant), Pendapatan, Religiusitas				
b. Dependent Variable: Keputusan Muzakki				

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel 4.18. tersebut yang ditunjukkan dengan *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,928 artinya adalah sebesar 92,8% variabel minat nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan (X1), promosi (X2) dan lokasi (X3). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 7,2% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan minat nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan suatu perusahaan maka minat konsumen akan semakin tinggi terhadap perusahaan tersebut ataupun produk yang ia tawarkan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh yang dilakukan oleh Maryam Batubara (2022) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Hal ini sesuai dengan teori dari Hasyim Azhar (2021) bahwa Kualitas pelayanan sangat berpengaruh sekali terhadap minat beli konsumen pada suatu produk atau jasa, karena ketika kualitas yang diberikan baik atau memenuhi ekspektasi konsumen, maka loyalitas konsumen bisa digapai dan tentunya akan masa depan suatu usaha akan lebih menjanjikan.

Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah

Promosi memiliki pengaruh positif dan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP. Hal ini menunjukkan semakin sering promosi dilakukan, cenderung akan meningkatkan minat konsumen terhadap suatu produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Titik Nurjannah Wijayanti (2020), yang mengemukakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat memilih. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Dr. H. Meyzi Herianto (2015) bahwa Promosi yang baik mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan dan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk melakukan promosi dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran dengan efektif.

Pengaruh Lokasi terhadap Minat Nasabah

Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP. Hal ini menunjukkan lokasi yang strategis, cenderung akan meningkatkan minat konsumen terhadap untuk memilih perusahaan tersebut sebagai alternative memilih program atau produknya. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Hesti Safitri (2021), yang mengemukakan bahwa lokasi sangat menentukan minat konsumen terhadap suatu produk. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Garry Rondonuwu (2016) bahwa lokasi tempat yang strategis atau dekat dengan konsumen akan memudahkan konsumen mendatangi tempat dimana mereka bisa menemukan barang atau jasa yang konsumen butuhkan. Lokasi pemasan yang nyaman, aman, bersih, ramai, dan mudah dijangkau, merupakan beberapa criteria lokasi yang diminati oleh banyak konsumen.

Pengaruh Lokasi terhadap Minat Nasabah

Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP. Hal ini menunjukkan lokasi yang strategis, cenderung akan meningkatkan minat konsumen terhadap untuk memilih perusahaan tersebut sebagai alternative memilih program atau produknya. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Hesti Safitri (2021), yang mengemukakan bahwa lokasi sangat menentukan minat konsumen terhadap suatu produk. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Garry Rondonuwu (2016) bahwa lokasi tempat yang strategis atau dekat dengan konsumen akan memudahkan konsumen mendatangi tempat dimana mereka bisa menemukan barang atau jasa yang konsumen butuhkan. Lokasi pemasan yang nyaman, aman, bersih, ramai, dan mudah dijangkau, merupakan beberapa criteria lokasi yang diminati oleh banyak konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Nasabah

Secara bersama-sama kualitas pelayanan, promosi dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan, promosi dan dekatnya lokasi maka akan semakin tinggi pula minat konsumen akan produk yang ada dalam perusahaan tersebut. Hal ini juga sesuai dengan penelitian Wawan dan Asmaul (2014) yang menyatakan kualitas pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Kualitas Pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan akan menimbulkan minat positif bagi konsumen untuk memilih suatu produk/layanan. Promosi yang baik pula akan menimbulkan minat bagi konsumen untuk memilih produk atau layanan tersebut. Sementara lokasi yang strategis dan gampang dijangkau oleh konsumen cenderung akan membuat konsumen memiliki minat yang tinggi dalam memilih suatu produ/layanan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang dilakukan dalam penelitian terkait Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Pembiayaan KPR Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) di PT. Bank Sumut Syariah KCP Karyaterdapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi memiliki signifikansi $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat yaitu minat nasabah.

2. $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. F_{tabel} ($df_{pembilang} = k$ dan $df_{penyebut} = n-k-1$) maka ($df_{pembilang} = 3$ dan $df_{penyebut} = 52-3-1 = 48$) sehingga $F_{tabelnya}$ adalah 2,79. $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $68.245 > 2,79$, maka H_0 ditolak sehingga terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP.

DAFTAR PUSTAKA

- Hutagalung, M. A. K. (2021). Analisis Pengakuan Dan Pengukuran Akuntansi Aktiva Tetap Berwujud Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kcp Marelان. *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 2(1), 92-104.
- Hartono, I. K., & Kasmin, M. A. (2021). *Electronic Marketing Model for Higher Education*. Asmuni dan Mujiatun, Siti. *Bisnis Syariah*, Medan: Perdana Mulya Sarana. 2013 Ayu Prasandi, "Bank Sumut Tingkatkan Penyaluran Rumah Murah Bersubsidi" dalam *Tribunnews.com*, 18 Agustus. Jakarta. 2020.
- Choiri, "Analisis Sistem Informasi Akuntansi Kredit Pemilikan Rumah Sejahtera Tapak (FLPP) Dalam Upaya Meningkatkan Pengendalian Intern Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Gresik". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*. Vol. 1. No. 1. 2016.
- Chrisna, Heriyati, et.al. "Analisis Sistem dan Prosedur Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Dengan Akad Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan". *Jurnal Akuntansi & Bisnis Publik*, Vol. 11. No. 1. 2020.
- Helmi Haris. *Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Sebuah Inovasi Pembiayaan Perbankan Syariah)*. *Jurnal Ekonomi Islam*. Jakarta. Vol. 1. No. 1. 2007.
- Mangeswuri, Dewi Restu. "Kebijakan Pembiayaan Perumahan melalui Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP)". *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*. Vol. 7, No. 1. 2017.
- Puspita, Dea Anggun. *Pelaksanaan Pembiayaan Kepemilikan Perumahan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (KPR FLPP) Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Natar*. Skripsi. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. 2018.
- Rakhmat, Asep, et.al. "Risiko Kredit Perumahan dengan Skema Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (Studi Kasus Bank BTN Pusat, Jakarta)". *Jurnal Sains Terapan*. Vol. 1. No. 1. 2014.
- Sirajuddin, Betri. "Analisis Evaluatif Terhadap Pembiayaan Dalam Meminimalisir Risiko Pembiayaan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang". *Technobiz*. Vol. 2. No. 1. 2019.

Sumerti, Ni Made Ayu. Pelaksanaan Kebijakan Program Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) Di Kota Bandar Lampung. Skripsi.Lampung: Fakultas Hukum. 2016.

Yuranda, Alghiffari dan M Daud, Rulfah. "Analisis Akad Pembiayaan Murabahah Perumahan (KPR) Pada PT. Bank BRI Syariah KC Banda Aceh". Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi. Vol. 4. No. 1. 2019.