

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH  
BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) KOTABUMI KANTOR CABANG BANDAR  
LAMPUNG**

**Kuswarak<sup>1</sup>, Yuliana Yamin<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai

**ABSTRACT**

*Many factors influence people in taking a decision to connect with a bank. It is certainly based on someone's interest. The purpose of this study is to determine the factors that play a role in influencing customer interest to the company. The hypothesis of this research is service factor, product, facility and location access affect customers' interest in BPRS Kotabumi, Branch Office Bandar Lampung.*

*The result of the research indicate that service factor, product, facility and location access have positive and significant influence to customers' interest of BPRS Kotabumi, Branch office Bandar Lampung and all four factors together influence to customers' interest of BPRS Kotabumi, Branch office Bandar Lampung. These four factors also affect customers' interest by 75.9%.*

*Keywords: customer interest*

**I. PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tentunya tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum. Pada tahun 1998, dikeluarkan UU No. 10 tahun 1998 yang telah memberikan landasan hukum lebih kuat untuk perbankan syariah. Dalam undang-undang tersebut telah diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Selain itu, dengan diterbitkannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah pada tanggal 16 Juli 2008, pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi (Syukron, 2013). Perkembangan bank syariah cukup impresif, dengan rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan (Hasan, 2011). Seperti halnya BPRS milik pemerintah daerah kabupaten Kotabumi (Lampung Utara) yang telah memiliki kantor cabang di Kota Bandar Lampung dan telah

berdiri selama kurang lebih 2 tahun. Hal ini menjadi bukti bahwa saat ini BPRS syariah juga semakin berkembang pesat. Hal tersebut juga membuktikan bahwa BPRS Kotabumi telah banyak diminati oleh masyarakat luas (pertambahan konsumen) serta sudah menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan, dengan adanya penambahan kantor cabang tersebut.

**1.2 Perumusan Masalah**

Faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah terhadap Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung?

**1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui seberapa besar faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk berhubungan dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung.

**II. TINJUAN PUSTAKA**

**2.1 Layanan, Produk, Fasilitas, Lokasi**

Dimensi variabel dari variabel X (faktor yang mempengaruhi minat) pada penelitian ini terdiri dari 4 faktor yakni pelayanan, produk,

fasilitas dan akses lokasi. Dimana pelayanan menurut Kotler (2003) menyebutkan bahwa pelayanan (Service) adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut.

Sedangkan untuk produk, menurut Amir (2005) dalam Wahyudi (2010) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, ruang tempat, properti, organisasi dan gagasan. Definisi fasilitas yang dimaksudkan dalam penelitian ini merupakan segala sesuatu yang menjadi sarana pendukung dalam berbagai aktivitas perusahaan yang berbentuk fisik serta dapat digunakan dalam kegiatan normal perkantoran.

## **2.2 Minat**

Dan untuk variabel Y pada penelitian ini adalah minat nasabah. Yang mana definisi minat menurut Crow & Crow dalam Icha (2011) adalah sesuatu yang berhubungan dengan daya gerak yang mendorong seseorang untuk cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan ataupun bias berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

Sedangkan menurut Bimo Walgito (2004) dalam Zaif (2013) menerangkan bahwa karakteristik minat dibagi menjadi 3, yakni :

1. Menimbulkan sikap positif terhadap objek yang diminati
2. Adanya suatu yang menyenangkan yang timbul dari objek tersebut
3. Mengandung suatu pengharapan yang menimbulkan keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya

Menurut Crow & Crow dalam Zaif (2013) ada 3 faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang, yaitu :

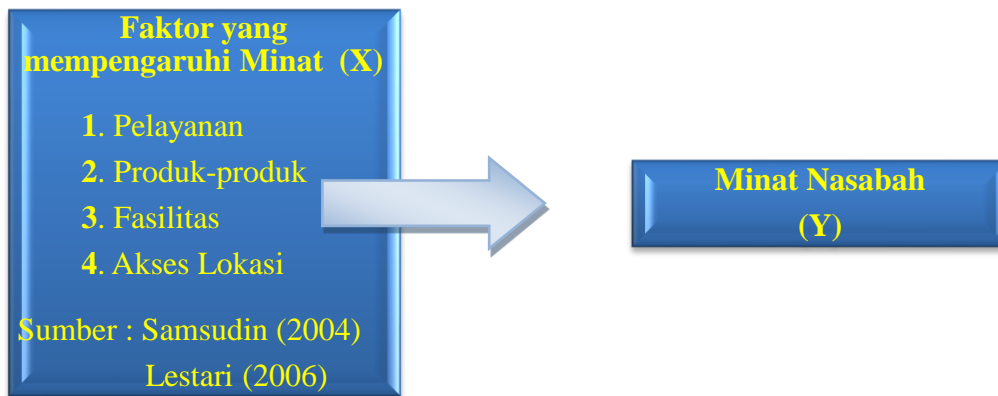
1. Faktor dorongan yang berasal dari dalam, yang dapat berupa “kebutuhan” yang berhubungan dengan jasmani atau kejiwaan
2. Faktor motif sosial (Motivasi), yang dapat berupa keinginan untuk mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang itu berada
3. Faktor emosional, yang merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh atau menanam perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu

Pengertian perbankan dan Bank berdasarkan dengan ketentuan Pasal 2 UU Perbankan, menyebutkan bahwa Perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian. Fungsi utama perbankan Indonesia menurut Pasal 3 UU Perbankan adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Hal ini berarti bahwa perbankan dituntut peranannya yang lebih aktif dalam menggali dana dari masyarakat dalam rangka pembangunan nasional.

Tujuan perbankan Indonesia menurut ketentuan Pasal 4 UU Perbankan adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

Temuan hasil studi menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah baik yang berkaitan dengan sistem maupun jenis layanan/jasa, masih dapat dikatakan rendah. Selain itu *aksesibilitas* atau keberadaan bank syariah juga menjadi salah satu faktor yang menentukan keinginan masyarakat untuk mengadopsi (terus mengadopsi) bank syariah (Wahyudi, 2010).

Berdasarkan penjabaran diatas maka kerangka pemikiran teoritis yang disajikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

### 2.3 Hipotesis

Faktor pelayanan, produk, fasilitas dan akses lokasi mempengaruhi minat nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung.

akibat karena adanya variabel bebas atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat nasabah BPRS Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung.

## III. METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Variabel Operasional

Menurut Sugiyono (2011:60), variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini penulis menggunakan dua variabel sebagai objek penelitian, yaitu :

#### 1. Variabel Independen (X)

Empat dimensi dari faktor tersebut ialah :

- Pelayanan
- Produk-produk
- Fasilitas
- Akses Lokasi

#### 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang yang menjadi

### 3.2 Teknik Alat Analisis

Metode penelitian yang akan digunakan adalah penelitian deskriptif verifikatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan melakukan penggambaran atau pemaparan tentang variabel-variabel yang diteliti yang selanjutnya mencoba untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2011:206). Penelitian ini terdiri dari variabel X yaitu variabel faktor-faktor yang berpengaruh terhadap variabel Y yaitu preferensi nasabah.

Dalam menganalisis data pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode analisis:

- Analisis Data Deskriptif
- Analisis Data Kuantitatif

Metode regresi berganda yang digunakan, dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

- Y = Minat Nasabah  
 A = Konstanta  
 $\beta_1 - \beta_5$  = Koefisien regresi berganda  
 X1 = Pelayanan  
 X2 = Produk-produk  
 X3 = Fasilitas

- X4 = Akses Lokasi  
 e = Standar error

## IV. ANALISIS DATA

### 4.1 Hasil Uji Validitas

Pengukuran validitas dilakukan menggunakan analisis faktor dengan bantuan

SPSS 16.0. Hasil model analisis faktor menunjukkan bahwa dengan signifiansi dibawah 0,05 dan *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) serta *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) serta

*factor loading* lebih besar dari 0,5 dinyatakan valid dan sampel bisa di teliti lebih lanjut seperti tabel berikut ini:

Tabel 1.  
Hasil Uji Validitas Variabel Faktor yang Mempengaruhi dan Variabel Minat Nasabah

Variabel	No. Item	<i>Anti Image Correlation</i> $\geq 0,5$	<i>Factor Loading</i>	KMO $\geq 0,5$	Keterangan (> 0,50 = Valid)
Pelayanan (X1)	1	0,912	0,825	0,842	Valid
	2	0,878	0,939		Valid
	3	0,712	0,789		Valid
	4	0,761	0,827		Valid
	5	0,866	0,876		Valid
	6	0,765	0,879		Valid
	7	0,911	0,868		Valid
	8	0,963	0,892		Valid
Produk-produk (X2)	1	0,697	0,914	0,735	Valid
	2	0,746	0,891		Valid
	3	0,770	0,882		Valid
Fasilitas (X3)	1	0,717	0,854	0,710	Valid
	2	0,679	0,897		Valid
	3	0,744	0,890		Valid
	4	0,706	0,909		Valid
Akses Lokasi (X4)	1	0,810	0,859	0,820	Valid
	2	0,846	0,816		Valid
	3	0,798	0,878		Valid
	4	0,834	0,848		Valid
Minat Nasabah (Y)	1	0,673	0,878	0,707	Valid
	2	0,793	0,789		Valid
	3	0,729	0,770		Valid
	4	0,667	0,827		Valid

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS.

Tabel 1. menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan memiliki nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* KMO >0,5 dan *factor loading* >0,5, hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

#### 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS 21.0 yang dilakukan kepada 30 responden dengan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 = Reliabel dan

*Cronbach's Alpha if Item Deleted* < *Cronbach's Alpha*. Berikut hasil pengujian menggunakan uji koefisien *Cronbach's Alpha* terhadap item pertanyaan kuesioner.

Tabel 2 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 dan nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* tidak melebihi nilai *Cronbach's Alpha*. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan instrumen dalam penelitian ini Reliabel, konsisten dan relevan terhadap variabel yang diteliti yaitu faktor yang mempengaruhi (X) dan variabel minat nasabah (Y).

Tabel 2.  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor yang Mempengaruhi dan Variabel Minat Nasabah

Variabel	No Item	Alpha Caronbach If Item Deleted	Alpha Caronbach	Keterangan (> 0,60 = Valid)
Pelayanan (X1)	1	0,945	0,949	Valid
	2	0,935		Valid
	3	0,948		Valid
	4	0,945		Valid
	5	0,942		Valid
	6	0,940		Valid
	7	0,942		Valid
	8	0,940		Valid
Produk-produk (X2)	1	0,788	0,874	Valid
	2	0,833		Valid
	3	0,846		Valid
Fasilitas (X3)	1	0,897	0,905	Valid
	2	0,878		Valid
	3	0,874		Valid
	4	0,859		Valid
Akses Lokasi (X4)	1	0,832	0,870	Valid
	2	0,851		Valid
	3	0,816		Valid
	4	0,836		Valid
Variabel	No Item	Alpha Caronbach If Item Deleted	Alpha Caronbach	Keterangan (> 0,60 = Valid)
Minat Nasabah (Y)	1	0,749	0,832	Valid
	2	0,802		Valid
	3	0,812		Valid
	4	0,787		Valid

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS.

### 4.3 Hasil Analisis Data Kualitatif

Tabel 3.  
Hasil Jawaban Responden Atas Variabel Pelayanan (X1)

No.	Pernyataan	Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	BPRS Kotabumi memberikan layanan yang ramah tamah & sopan santun	0	3%	9%	46%	42%	100%
2.	BPRS Kotabumi menghargai dan menghormati setiap nasabahnya	1%	3%	10%	44%	42%	100%
3.	BPRS Kotabumi melaksanakan kewajibannya dengan baik kepada nasabah	1%	3%	14%	45%	37%	100%

4.	BPRS Kotabumi memberikan rasa percaya/yakin kepada nasabahnya	0	3%	11%	47%	39%	100%
5.	BPRS Kotabumi memberikan kenyamanan kepada setiap nasabahnya	1%	2%	14%	51%	32%	100%
6.	BPRS Kotabumi mudah mengerti/paham kebutuhan nasabahnya	0	1%	18%	43%	38%	100%
7.	BPRS Kotabumi memberikan layanan yang cepat, tepat & tanggap dalam membantu nasabahnya	1%	0	12%	47%	40%	100%
8.	BPRS Kotabumi memiliki pengetahuan & kemampuan yang baik tentang produk yang ditawarkan	0	2%	11%	51%	36%	100%

Sumber: Data diolah

Tabel 4.  
Hasil Jawaban Responden Atas Variabel Produk (X2)

No.	Pernyataan	Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	BPRS Kotabumi menyediakan produk-produk yang sesuai dengan syariat Islam	0	1%	17%	60%	22%	100%
2.	BPRS Kotabumi menyediakan produk dengan keuntungan bagi hasil yang kompetitif	0	2%	17%	54%	27%	100%
3.	BPRS Kotabumi menyediakan kemudahan dalam transaksi antar Bank	0	1%	16%	53%	30%	100%

Sumber: Data diolah

Tabel 5.  
Hasil Jawaban Responden Atas Variabel Fasilitas (X3)

No.	Pernyataan	Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	BPRS Kotabumi memiliki lahan parkir yang memadai bagi nasabahnya	0	2%	6%	45%	47%	100%
2.	BPRS Kotabumi menyediakan ruangan yang nyaman bagi nasabahnya	0	2%	8%	39%	51%	100%
3.	BPRS Kotabumi menyediakan tempat ibadah (mushola) yang nyaman bagi nasabahnya	0	1%	7%	42%	50%	100%
4.	BPRS Kotabumi memiliki tata ruang yang rapih dan bersih	0	2%	7%	42%	49%	100%

Sumber: Data diolah

Tabel 6.  
Hasil Jawaban Responden Atas Variabel Akses Lokasi (X4)

No.	Pernyataan	Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	BPRS Kotabumi memiliki lokasi yang strategis / mudah dijangkau oleh nasabah (baik dengan kendaraan roda 2, roda 4, maupun transportasi umum)	0	0%	10%	49%	41%	100%
2.	BPRS Kotabumi memiliki lokasi yang dapat dilihat dengan jarak pandang normal	0	2%	5%	47%	46%	100%
3.	BPRS Kotabumi memiliki lokasi yang tidak terlalu jauh dari pusat kota	0	2%	6%	51%	41%	100%
4.	BPRS Kotabumi memiliki lokasi yang dekat dengan berbagai fasilitas umum	0	3%	14%	36%	47%	100%

Sumber: Data diolah

Tabel 7.  
Hasil Jawaban Responden Atas Variabel Minat Nasabah (Y)

No.	Pernyataan	Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Saya mengatakan hal-hal positif tentang produk dan pelayanan BPRS Kotabumi	0	3%	13%	46%	38%	100%
2.	Saya akan merekomendasikan ke orang lain untuk menjadi nasabah di BPRS Kotabumi	1%	3%	12%	44%	40%	100%
3.	Saya akan terus menjadi nasabah BPRS Kotabumi	1%	3%	18%	39%	39%	100%
4.	Saya akan terus berusaha meningkatkan interaksi dengan BPRS Kotabumi dengan menggunakan produk-produknya	0	3%	14%	43%	40%	100%

Sumber: Data diolah

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji hipotesis secara parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan menggunakan uji t

pada tingkat kepercayaan 95% atau dengan nilai  $\alpha = 5\%$  serta menggunakan derajat kebebasan DF (*Degree of Freedom*)  $n - k - 1$  dan signifikan pada  $\alpha = 0,05$ .

Berikut ini adalah hasil dari uji t pada penelitian ini:

Tabel 8.  
Hasil Uji t Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-4.788	1.668		-2.869	.005
1 X1	.261	.062	.444	4.197	.000
X2	.228	.100	.115	2.270	.025
X3	.316	.129	.270	2.453	.016
X4	.254	.109	.204	2.335	.022

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Diolah

Berikut ini pengujian dengan rumus regresi linear berganda:

Rumus Regresi Linear Berganda:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = -4,788 + 0,261 X_1 + 0,228 X_2 + 0,316 X_3 + 0,254 X_4 + e$$

Hasil dari analisis uji t berdasarkan Tabel 8 adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai t hitung pada X1 (pelayanan) adalah 4,197 > 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 yang artinya X1 (pelayanan) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y (minat nasabah).
- 2) Nilai t hitung pada X2 (produk) adalah 2,270 > 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,025 < 0,05 yang artinya X2 (produk) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y (minat nasabah).

- 3) Nilai t hitung pada X3 (fasilitas) adalah 2,453 > 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,016 < 0,05 yang artinya X3 (fasilitas) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y (minat nasabah).
- 4) Nilai t hitung pada X4 (akses lokasi) adalah 2,335 > 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,022 < 0,05 yang artinya X4 (akses lokasi) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Y (minat nasabah).

#### b. Uji F (Uji Koefisien Regresi secara bersama-sama)

Uji F digunakan untuk pengujian variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat dengan menggunakan uji F (uji Fisher) pada tingkat kepercayaan 95% atau dengan nilai  $\alpha = 5\%$  menggunakan derajat kebebasan DF (*Degree of Freedom*) dan signifikan pada  $\alpha = 0,05$ .

Tabel 9.  
Hasil Uji F ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	567.290	4	141.822	74.971	.000 <sup>a</sup>
Residual	179.710	95	1.892		
Total	747.000	99			

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Diolah

Berdasarkan Tabel 9, diketahui bahwa nilai  $f$  tabel adalah  $74,971 > 2,70$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka secara statistik dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan

pelayanan, produk, fasilitas dan akses lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung.

### c. Uji $R^2$

Tabel 10.  
Hasil Uji  $R^2$  Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.871 <sup>a</sup>	.759	.749	1.375
a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3				

Sumber : Diolah

Tabel 10, menunjukkan pengaruh lingkungan fisik (*servicescape*) terhadap minat nasabah pada BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung sebesar  $R^2 = 0.759$ , hal ini berarti sumbangan variabel X (pelayanan, produk, fasilitas dan akses lokasi) yang berperan dalam mempengaruhi variabel Y (minat nasabah) sebesar 75,9%, sisanya 24,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti (Lampiran 7).

### 4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan uji regresi berganda dan uji hipotesis diketahui bahwa, pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung dapat diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari  $t$  hitung pada variabel independen pelayanan adalah  $4,197 > 1,985$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Variabel pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap variabel minat nasabah..

Kemudian berdasarkan hasil uji yang sama, faktor produk berpengaruh terhadap minat nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung dapat diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari  $t$  hitung pada variabel independen produk adalah  $2,270 > 1,985$  dengan tingkat signifikansi  $0,025 < 0,05$ . Variabel independen produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap variabel minat nasabah.

Dan untuk faktor fasilitas dengan uji yang sama berpengaruh terhadap minat nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung dapat diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari  $t$  hitung pada variabel independen fasilitas adalah  $2,453 > 1,985$  dengan tingkat signifikansi  $0,016 < 0,05$ . Variabel independen fasilitas secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel dependennya yakni variabel minat nasabah.

Berdasarkan hasil uji yang sama, faktor akses lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung dapat diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari  $t$  hitung pada variabel independen akses lokasi adalah  $2,335 > 1,985$  dengan tingkat signifikansi  $0,022 < 0,05$ . Variabel independen akses lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap variabel minat nasabah.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Pelayanan, produk, fasilitas dan akses lokasi BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung. Dengan hasil uji  $t$  hitung dari variabel X1 (pelayanan) sebesar 4,197, X2 (produk) 2,270, X3 (fasilitas) 2,453 dan X4 (akses lokasi) sebesar 2,335, nilai  $t$  hitung dari masing-masing variabel tersebut lebih besar dari  $t$  tabel dengan

nilai signifikansi dibawah alpha yang telah ditentukan. Variabel X1 (pelayanan) memiliki nilai t hitung paling dominan dibandingkan dengan t hitung variabel X2 (produk), X3 (fasilitas) dan X4 (akses lokasi). Hasil uji F, menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel, dengan nilai signifikansi dibawah alpha yang telah ditentukan, yang artinya seluruh variabel bebas (X) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung. Hasil uji R<sup>2</sup> menunjukkan sumbangan variabel X (pelayanan, produk, fasilitas dan akses lokasi) berperan dalam mempengaruhi variabel Y (minat nasabah) sebesar 75,9%, sisanya 24,1% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti.

## 5.2 Saran

BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung sebaiknya senantiasa mempertahankan dan melakukan peningkatan di setiap dimensi variabel X; pelayanan, produk, fasilitas dan akses lokasi (jika perusahaan ingin membuka kantor cabang yang baru) yang telah diterapkan sebelumnya. Agar secara keseluruhan, pelayanan, produk, fasilitas dan akses lokasi memiliki pengaruh yang semakin besar di dalam meningkatkan minat nasabah terhadap perusahaan. Selain itu juga, dikarenakan seluruh variabel X tersebut merupakan variabel yang dominan dalam mempengaruhi minat nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung. Walaupun semua variabel X sudah diterapkan dengan baik dalam mempengaruhi minat nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung, hendaknya pihak BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung juga tetap harus memperhatikan keempat faktor tersebut dan meningkatkan kembali pelayanannya serta inovasi produknya. Dan mencari tahu faktor lain apa saja yang mampu mempengaruhi minat nasabah terhadap BPR Syariah Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung, selain keempat faktor tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

Barna, Finna Putri. 2010. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi*

*Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Mega Syariah KCP Panglima Polim)*. Jakarta.

Firmansyah, Irman. 2013. *Bank Pembiayaan Rakyat Syariah*. [www.irman-firmansyah.com/2013/06/bank-pembiayaan-rakyat-syariah-bprs.html](http://www.irman-firmansyah.com/2013/06/bank-pembiayaan-rakyat-syariah-bprs.html). Diakses tanggal 28 November 2016.

Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Hasan. 2011. Analisis Industri Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(1).

Ibrahim, Johannes. 2004. *Bank Sebagai Lembaga Intermediasi Dalam Hukum Positif*. Bandung: CV Utomo, hlm. 28.

Icha. 2011. Definisi Minat Menurut Para Ahli. [www.chatifanaima.blogspot.com/2011/11/minat-menurut-para-ahli.html](http://www.chatifanaima.blogspot.com/2011/11/minat-menurut-para-ahli.html). Diakses tanggal 01 September 2017

Indrawan, Rully dan Yaniawati, Raden Poppy. (2014). *Metodologi Penelitian*, Bandung : PT. Refika Aditama.

Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT.Raja grafindo Persada, Hlm. 11. Edisi Revisi.

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia. Edisi kesebelas.

Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta. Salemba Empat.

Moenir. 2005. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta. Bumi Aksara.

PT. BPR Syariah Kotabumi. 2016. *Gambaran Umum Perusahaan*. <http://bprskotabumi.co.id>. Diakses pada tanggal 03 Januari 2016.

Santoso, Singgih. (2002). *Statistik Parametrik*. Cetakan Ketiga. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Salemba Empat; Jakarta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

- Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Pemasaran*. Yogyakarta. Liberty.
- Syukron, Ali. 2013. Dinamika Perkembangan Perbankan Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 3(2). Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulmu Banyuwangi.
- Wahyudi, Johan. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi*

*Nasabah Terhadap Produk Simpanan Wadi'ah BMT NU Sejahtera Semarang*. Fakultas Syari'ah. IAIN Walisongo Semarang.

- Zaif. 2013. Definisi Minat. [www.zaifbio.wordpress.com/2013/05/definisi-minat.html](http://www.zaifbio.wordpress.com/2013/05/definisi-minat.html). Diakses tanggal 01 September 2017.