

**PENGARUH PELAYANAN SIMPANAN UMROH
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK
MENYIMPAN DI KOPERASI MADINAH
PT. GLOBAL ENERGY MULTAZAM
(TOURS & TRAVEL)**

(Studi Pada PT. Global Energy Multazam Tours & Travel Ciracas-Serang)

SKRIPSI

Diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

SITI YULIANA
NIM: 151401652

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
2019 M/1441 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri "Sultan Maulana Hasanuddin Banten" ini sepenuhnya asli merupakan karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai dengan Etika keilmuan yang berlaku dibidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima saksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau saksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 27 September 2019

Materai 6000

SITI YULIANA
NIM. 151401652

ABSTRAK

Nama: Siti Yuliana, NIM: 151401652 Judul Skripsi: Pengaruh Pelayanan Simpanan Umroh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan Di Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel), (Studi Pada PT. Global Energy Multazam Tours & Travel Ciracas-Serang)

Dengan berkembangnya perusahaan Tours dan Travel di Serang pada saat ini berkembang semakin pesat. PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa, segmen pasarnya adalah para nasabah yang ingin berangkat umroh namun belum memiliki cukup dana atau modal untuk bisa membayar biaya pemberangkatan umroh, oleh karena itu PT. Global Energy Mutazam (Tours & Travel) menyediakan jasa Koperasi Madinah yaitu jasa simpanan umroh.

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1). Apakah ada pengaruh antara pelayanan simpanan umroh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang?. 2). Seberapa besar hubungan antara pelayanan simpanan umroh dengan keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang?

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu 1). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan simpanan umroh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT . Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang. 2). Untuk mengukur seberapa besar hubungan antara pelayanan simpanan umroh dengan keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dimana metode ini digunakan untuk mengetahui Pelayanan Simpanan Umrah terhadap Keputusan Nasabah yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Metode uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi serta menggunakan uji statistik diantaranya uji koefisien regresi, uji t dua sisi karena diduga ada pengaruh pelayanan simpanan umrah terhadap keputusan nasabah, uji koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi.

Kesimpulannya pengujian hipotesis pelayanan simpanan umrah $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,830 > 1,994$) dengan demikian maka terdapat pengaruh positif antara pelayanan simpanan umrah terhadap keputusan nasabah. Setelah dilakukan analisis secara statistik diketahui bahwa persamaan regresi sederhana yaitu $Y = 5,949 + 0,745X$. Nilai R sebesar 0,553 yang artinya hubungan antara pelayanan simpanan umrah dan keputusan nasabah sedang. Nilai r^2 yaitu 0,306 hal ini berarti keputusan nasabah dipengaruhi oleh pelayanan simpanan umrah sebesar 30,6% dan sisanya 69,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Pelayanan Simpanan Umrah dan Keputusan Nasabah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp.(0254) 2003323 Fax.(0254) 200022

Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 1 (Satu) Eksemplar
Perihal : **Usulan Munaqasyah
a.n Siti Yuliana
NIM. 151401652**

Kepda Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam
UIN SMH BANTEN
di-
Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari Siti Yuliana, NIM: 151401652 dengan judul Skripsi **“Pengaruh Pelayanan Simpanan Umrah Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan Di Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel)”**, diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas segala perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 27 September 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Budi Sudrajat, M.A
NIP. 197403072002121004

Aan Ansori, S.Kom., M.M
NIP. 197310152007011027

PERSETUJUAN

PENGARUH PELAYANAN SIMPANAN UMRAH TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENYIMPAN DI KOPERASI
MADINAH PT. GLOBAL ENERGY MULTAZAM (TOURS &
TRAVEL)

(Studi Pada PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas-Serang)

Oleh:

SITI YULIANA
NIM. 151401652

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Budi Sudrajat, M.A.
NIP. 197403072002121004



Aan Ansori, S.Kom., M.M.
NIP. 197310152007011027

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua

Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI
NIP. 196402121991032003



Hj. Mukhlisshotul Jannah, S.E., M.M., M.Ak
NIP. 197408222005012003

PENGESAHAN

Skripsi a.n Nama: Siti Yuliana, NIM: 151401652, Judul Skripsi: **Pengaruh Pelayanan Simpanan Umrah Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan Di Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Studi Pada Nasabah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas-Serang**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri “Sultan Maulana Hasanuddin” Banten pada tanggal 20 Desember 2019. Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri “Sultan Maulana Hasanuddin” Banten.

Serang, 20 Desember 2019

Sidang Munaqasyah,

Ketua Merangkap Anggota,

Sekretaris Merangkap Anggota,



Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI
NIP. 196402121991032003

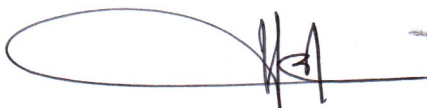


Ma'mun Nawawi, M.E
NIP. 199303022019031009

Anggota

Penguji I

Penguji II



Dr. Itang, M.Ag
NIP. 197108041998031003



H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M
NIP. 197203171999031001

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Budi Sudrajat, MA.
NIP. 197403072002121004



Aan Ansori, S.Kom., M.M
NIP. 197310152007011027

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta,

Ayahanda Romli dan Ibunda Asmi

yang selalu mendoakan, menjadi sumber semangat, dan selalu memberikan dukungan dengan segala cara.

Terima Kasih telah mendidik serta selalu mencurahkan rasa kasih sayangnya hingga saat ini.

Juga kupersembahkan untuk,

Kakakku tercinta Dedi Syamsuni

yang telah membiayai kuliah dan seluruh kebutuhan saya selama ini selalu memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan pendidikan S1 ini. Terimakasih untuk teman seperjuangan dan teman-teman semuanya yang telah memberikan doa dan motivasinya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua.

Aamiin ya Rabbal 'alamin.....

MOTTO

إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِيَّةِ ﴿٧﴾

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan melakukan pekerjaan yang baik, mereka itu adalah sebaik-baik makhluk.”

(QS. al-Bayyinah, 98:7).

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Siti Yuliana, dilahirkan di Cikeusik Pandeglang pada tanggal 31 Juli 1996 yang beralamat di Kp. Citarik RT/RW 001/002 Desa Cikeusik, Kecamatan Cikeusik, Kabupaten Pandeglang-Banten. Penulis adalah anak ke 2 dari 4 bersaudara pasangan dari bapak Romli dan ibu Asmi.

Pendidikan formal yang diselesaikan oleh penulis adalah SDN Cikeusik 2 lulus pada Tahun 2009, MTsN Cikeusik lulus pada Tahun 2012 dan MA Daarul Hasan lulus pada Tahun 2015. Penulis melanjutkan ke Universitas Islam Negeri “Sultan Maulana Hasanuddin” Banten pada program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah.

Selama masa perkuliahan penulis mengikuti kegiatan intra Kampus UIN SMH Banten, kegiatan Federasi Olahraga Mahasiswa (FORMASI), sebagai Sekretaris Bidang Keperempuanan.

SITI YULIANA
NIM. 151401652

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur senantiasa selalu terucap kehadirat Allah SWT. Sang pencipta alam semesta atas segala nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada seluruh hamba-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai panutan dan suri tauladan bagi umat manusia.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Simpanan Umrah Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan Di Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) ” Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. FauzulIman, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung dan belajar di lingkungan Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.S.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah mendorong penyelesaian studi dan skripsi penulis.
3. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Terimakasih arahan dan ilmu-ilmu yang Ibu berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Dr. Budi Sudrajat, M.A. dan Aan Ansori, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas bimbingan dan arahan serta ilmu-ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Kepada Ibu, Bapak, Adik. Terimakasih sudah menguatkan dengan segala cara agar penulis selalu semangat untuk menyelesaikan tugas akhir.
6. Kepada Kakak. Terima kasih yang telah membiayai kuliah dan kebutuhan saya selama ini.
7. Kepada Binti Nur Azizah sebagai sahabat yang selalu bersama-sama berjuang untuk menuntaskan tugas akhir. Terimakasih telah berbagi semangat, motivasi, pembelajaran dan kebersamaan hingga penulis bias menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga besar Ekonomi Syariah 2015 sebagai teman seperjuangan dikampus, secara khusus EKIS-A 2015 tiga tahun kita belajar bersama dalam satu ruangan. Terimakasih atas kebersamaan, pembelajaran, informasi-informasi juga dukungan dan semangat yang diberikan kepada satu sama lain.
9. Kepada lembaga, paradosen, seluruh teman-temandan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan, serta bantuannya hingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga seluruh bantuan dan motivasi yang disumbangkan kepada penulis dalam penyusunan skripsi

ini menjadi amal shaleh serta mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya, serta menjadi salah satu penyumbang dan pelengkap ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Serang, 27 September 2019

SITI YULIANA
NIM. 151401652

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	ii
SURAT PENGAJUAN	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Perumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
G. Kerangka Pemikiran.....	13
H. Metode Penelitian	17
I. Sistematika Pembahasan.....	22

BAB II KAJIAN TEORITIS

A.	Pelayanan	24
1.	Pengertian Pelayanan	24
2.	Kualitas Pelayanan dalam ekonomi Islam	25
3.	Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan	32
B.	Simpanan	36
1.	Pengertian Simpanan.....	36
2.	Pengertian Umrah.....	38
3.	Simpanan Umrah.....	40
C.	Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan	42
1.	Pengertian Keputusan.....	42
2.	Pengertian Nasabah	43
3.	Pengertian Keputusan Nasabah	44
4.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan	45
D.	Penelitian Terdahulu Yang Relevan	47
E.	Hipotesis	48

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A.	Waktu Dan Tempat Penelitian	50
B.	Populasi Dan Sampel	50
C.	Jenis Metode Penelitian	52
D.	Sumber Data.....	53
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	56
F.	Teknik Analisis Data.....	59
G.	Operasional Variabel Penelitian.....	72

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A.	Gambaran Objek Dan Subjek Penelitian	75
1.	Visi dan Misi PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel)	77
2.	Struktur Organisasi PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel)	80
3.	Karakteristik Responden	83
B.	Analisis Data	85
1.	Analisis Deskriptif	85
2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	90
3.	Uji Asumsi Klasik	95
4.	Uji Regresi Linier Sederhana	102
5.	Uji Hipotesis	103
6.	Pembahasan Hasil Penelitian	108

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan	111
B.	Saran	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Pengukuran	59
Tabel 3.1 Kriteria Pengujian Autokorelasi dengan Uji Durbin Watson	66
Tabel 3.3 Koefisien Korelasi	70
Tabel 3.4 Operasional Variabel Penelitian	73
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	81
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	82
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	83
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	84
Tabel 4.5 Jumlah Total Data Koesioner Variabel Pelayanan Simpanan Umrah (X) dan Keputusan Nasabah (Y)	85
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Pelayanan Simpanan Umrah (X).....	88
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Nasabah (Y).....	89
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitan Pelayanan Simpanan Umrah (X).....	91
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y).....	92
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan Simpanan Umrah (X)	93
Tabel 4.11 Hasil uji Reliabilitas Keputusan Nasabah (Y).....	94
Tabel 4.12 Kesimpulan Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	94
Tabel 4.13 Hasil Uji Data Normalitas	95
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitaas	97
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi I.....	99
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi II	101
Tabel 4.17 Hasil Regresi Linier Sederhana	102
Tabel 4.18 Hasil Uji T	103
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Korelasi	106
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	16
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel).....	80
Gambar 4.2 Hasil Uji Data Normalitas	96
Gambar 4.3 P-Plot Uji Data Normalitas	96
Gambar 4.4 P-Plot Heterokedastisitas	98
Gambar 4.5 Statistik Durbin Watson I	100
Gambar 4.6 Statistik Durbin Watson II	101
Gambar 4.7 Daerah Penolakan dan Penerimaan	104

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan berkembangnya perusahaan Tours dan Travel di Serang pada saat ini berkembang semakin pesat. PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa, segmen pasarnya adalah para nasabah yang ingin berangkat umroh namun belum memiliki cukup dana atau modal untuk bisa membayar biaya pemberangkatan umroh, oleh karena itu PT. Global Energy Mutazam (Tours & Travel) menyediakan jasa Koperasi Madinah yaitu jasa simpanan umroh.

Dengan demikian pelayanan yang baik adalah menjadi hal yang dibutuhkan oleh nasabah. Pelayanan menjadi hal wajib bagi pihak PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Pelayanan

merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang di terima (Fitzsimmons:1994, Parasuraman, Zeithaml dan Berry:1988). Menurut Kotler dan Amstrong adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain.¹ Setiap nasabah pastinya menginginkan yang terbaik setiap jasa yang ia dapatkan apabila itu terpenuhi maka nasabah akan merasa puas.

Peran pelayanan sangat penting, karena pelayanan adalah tangan pertama yang berhubungan langsung dengan nasabah. Maka dari itu tingkat kenyamanan nasabah ada pada pelayanan. Pelayanan yang baik dan prima dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah.

Selain itu pula pelayanan merupakan proses terpenting dalam meningkatkan *value* perusahaan tersebut, apabila proses pelayanan berjalan dengan baik dan efektif akan berbuah hasil yang menguntungkan

¹Philip Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 2, (Jakarta: Prehalindo, 2000), h. 11

perusahaan itu sendiri, sehingga pada akhirnya akan banyak nasabah yang merasakan kepuasan dan mengundang nasabah baru untuk menabung di Koperasi Madinah PT. Globa Energy Mutazam (Tours & Travel).

Melihat perkembangan usaha atau bisnis saat ini, seharusnya pihak perusahaan travel tersebut dapat menerapkan strategi agar nasabah termotivasi untuk menabung yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Dengan kata lain, perusahaan travel tersebut harus meningkatkan kualitas pelayanannya.

Untuk bisnis, disamping produknya sendiri, jasa apapun soal mutu pelayanan memang sangat menentukan keberhasilan. Lebih-lebih kita tahu bahwa pihak penentu baik tidaknya pelayanan adalah pihak pelanggan alias pengguna jasa, dan bukan pihak penyedia jasa. Sedangkan ukurannya juga adalah sesuatu hal yang bisa diterima akal. Bahwa pelanggan itu akan merasa puas apabila pelayanan yang diterima, mutunya klop dengan ukuran

atas tuntutan². Jadi, dalam dunia bisnis, kepuasan konsumen atau nasabah adalah menjadi salah satu yang diutamakan, tidak terkecuali di PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang, karena hal itulah yang akan menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha jasa Tours dan Travel. Nasabah yang merasa tidak puas tentu tidak akan mengulangi lagi memilih jasa yang sama, apalagi didukung dengan adanya jasa Tours dan Travel lain, sehingga membuat para nasabah memiliki banyak perbandingan untuk memutuskan pilihan jasa Tours dan Travel yang diinginkannya.

PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang ini sudah ada sejak tahun 2014. Dengan memiliki sebuah strategi yang baik, ada beberapa keunggulan pada PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang, selain mempunyai Koperasi Madinah untuk menabung para nasabah yang belum bisa langsung membayar biaya

²Aso Sentana, *Sketsa manajemen dan Perbankan Setangkai Bunga Buat Mela, Kunci-kunci Meniti Karir*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2002), h. 67.

untuk melaksanakan ibadah umroh, PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang juga memberikan pelayanan umroh berkonsep.

Selain keunggulan yang dimiliki PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang, terdapat pula kelemahan yang masih perlu untuk diperbaiki dan diminimalisir, ada pun masalah yang di hadapi oleh PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang yaitu masalah pelayanan yang belum maksimal terhadap nasabah, sehingga berdampak kurang baik terhadap kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah yang datang. Apabila perusahaan tidak memaksimalkan pelayanan, maka kemungkinan besar akan menimbulkan problem yang sifatnya akan merugikan perusahaan tersebut. Tidak adanya bagian *costumer service* untuk memberikan pelayanan kepada nasabah dikarenakan kurangnya sumber daya manusia.

Peningkatan kualitas pelayanan juga akan membawa perusahaan kepada efisiensi operasional.³ Artinya dengan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah, perusahaan tersebut akan mendapatkan hasil yang efektif dalam menjalankan usahanya. Dimana perusahaan travel umroh tersebut akan dinilai lebih unggul dan berkualitas dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan travel umroh yang lain, penilaian tersebut akan terletak pada pendapat nasabah yang datang ke PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang untuk menabung di Koperasi Madinah PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang atau pun yang langsung membayar langsung pemberangkatan ibadah umroh.

Berdasarkan permasalahan tersebut membuat penulis untuk mengkaji lebih dalam yang dituangkan dalam judul skripsi:

³M. Kustandi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Wisatawan Arung Jarem dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Rangkasbitung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Sultan Maulana Hasanudin Banten, 2016), h. 6.

**“PENGARUH PELAYANAN SIMPANAN
UMROH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
UNTUK MENYIMPAN DI KOPERASI MADINAH
PT GLOBAL ENERGY MULTAZAM (TOURS &
TRAVEL) SERANG”.**

B. Identifikasi Masalah

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya (Drs. H. Malayu S. P. Hasibuan).⁴

Berdasarkan pengamatan, baik secara langsung maupun tidak langsung, tentang pelayanan PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang, dapat diidentifikasi sebagai berikut:

⁴Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2001) hlm. 152.

1. Pelayanan yang diberikan pihak perusahaan kepada pelanggan masih ada kelemahan, dan masih banyak nasabah yang merasakan kurang puas dengan pelayanannya.
2. Kualitas pelayanan pada PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang masih belum maksimal, tidak adanya bagian *Costumer Service* untuk memberikan pengarahan kepada nasabah, pengarahan diberikan oleh bagian administrasi atau bagian keuangan langsung yang tidak sesuai dengan bagiannya. Hal tersebut terjadi karena kurangnya sumber daya manusia di perusahaan PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang.

C. Batasan Masalah

Persaingan diantara perusahaan saat ini semakin ketat terlebih lagi perusahaan travel. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya, agar nasabah tetap memilih perusahaannya.

Karena nasabah yang puas akan pelayanannya, maka nasabah akan loyal pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan dalam latar belakang, ada beberapa dimensi yang dapat memenuhi keputusan pelanggan, yaitu pelayanan simpanan umroh dan keputusan nasabah. Untuk itu penulis membatasi penelitian tentang pengaruh pelayanan simpanan umroh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT Global Energy Multazam (Tours & Travel).

Oleh karena itu, agar penelitian dapat terarah maka perlu adanya pembatas masalah hal-hal yang perlu dibatasi penulis yaitu:

1. Subjek penelitian dilakukan pada nasabah PT Global Energy Multazam (Tous & Travel) Serang.
2. Mengukur pengaruh pelayanan simpanan umroh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang.

3. Mengukur tingkat hubungan antara pelayanan simpanan umroh dengan keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT Global Energy Multazam (Tous & Travel) Serang.

D. Perumusan Masalah

Masalah yang akan diteliti berdasarkan pada judul dan latar belakang permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh antara pelayanan simpanan umroh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang?
2. Seberapa besar hubungan antara pelayanan simpanan umroh dengan keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan simpanan umroh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang.
2. Untuk mengukur seberapa besar hubungan antara pelayanan simpanan umroh dengan keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Serang.

F. Manfaat/Signifikansi Penelitian

1. Bagi Manajemen Perusahaan
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan strategi pelayanan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanannya kepada nasabah pada perusahaan tersebut.

- b. Adapun keberhasilan dalam kegiatan pemasaran produk atau jasanya akan terus dipertahankan lagi demi mencapai harapan di masa mendatang dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

2. Bagi Penulis

- a. Sebagai wahana untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai pengaruh pelayanan simpanan umroh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT Global Energy Multazam (Tous & Travel).
- b. Sarana penerapan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah.

3. Bagi Praktisi

Dapat dijadikan sebagai informasi atau bahan literatur bagi penelitian lanjutan dan dapat dijadikan acuan atau rujukan untuk melakukan penelitian lebih lanjut baik mengenai judul yang sama atau pun tema yang lainnya.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah beberapa teori yang terdapat dalam tinjauan pustaka, yang berupa pengetahuan umum dari teori untuk solusi dalam rangkaian masalah yang ditetapkan. Kerangka pemikiran bisa berupa bagan, deskriptif kualitatif atau gabungan keduanya.

Meningkatnya jumlah jamaah umroh yang berangkat tiap tahunnya karena kuota haji yang terbatas. Saat ini, antrian haji mulai dari 15-40 tahun. Dengan demikian masyarakat yang memiliki uang lebih akan bisa berangkat umroh, meski harus mengikuti program jasa tabungan umroh seperti yang tersedia di PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) yaitu Koperasi Madinah. “ Kalau haji ada batasnya, tapi umroh tidak dibatasi kuotanya sehingga bebas”, oleh karena itu jamaah umroh tiap tahunnya meningkat.

Dalam upaya memasarkan produknya dan menjangkau konsumen perusahaan harus berhadapan dengan lingkungan pemasaran yang terdiri dari pelaku

dan kekuatan-kekuatan yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan perusahaannya.

Kendati demikian pihak perusahaan jasa Tours dan Travel harus memperhatikan dalam masalah pelayanan nasabah agar nasabah merasakan kenyamanan dan kepuasan. Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebagai salah satu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Menurut Hadipranata (1980), pelayanan adalah aktivitas tambahan di luar tugas pokok (*job description*) yang diberikan kepada konsumen, pelanggan, nasabah dan sebagainya serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun penghormatan.⁵

Schifman dan Kanuk (2010) mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.⁶ Seorang konsumen yang hendak

⁵Pengertianahli. Id/2014/08/pengertian-pelayanan-apa-itu-pelayanan.html, Jam 13:59

⁶Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Edisi Kedua, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 357.

melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Seorang konsumen yang ingin membeli produk atau menggunakan sebuah jasa travel, ia dihadapkan kepada beberapa perusahaan. Dengan demikian, ia harus mengambil keputusan perusahaan apa yang akan ia pilih.

Keputusan nasabah untuk menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan dan diekspresikan melalui hal-hal seperti : komitmen untuk membeli produk dari perusahaan jika membutuhkan produk lainnya, komitmen untuk memberikan rekomendasi pada orang lain, niat untuk menambah jumlah tabungan, niat atau keinginan memberikan hal-hal positif perusahaan.

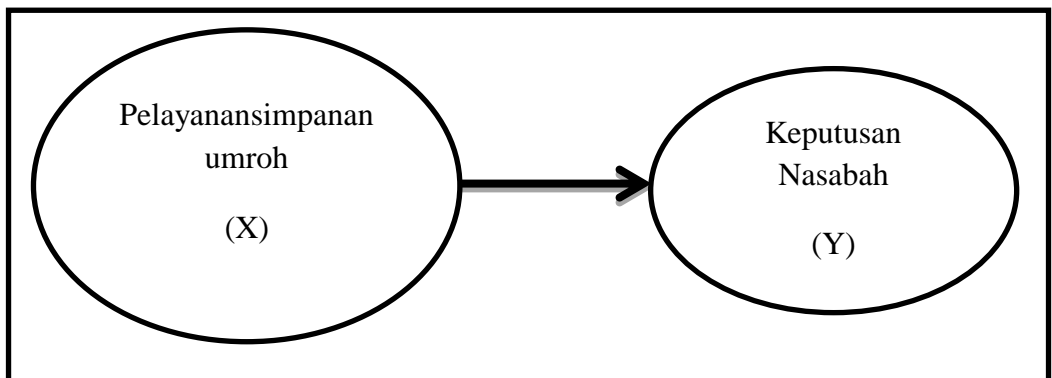
Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pemikiran yang dapat menjadi landasan dalam penulisan ini yang pada akhirnya dapat diketahui pengaruh pelayanan simpanan umroh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT. Global

Energy Mutazam (Tours & Travel). Variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah sebagai variabel independent. Sedangkan pelayanan simpanan umroh sebagai variabel dependent. Penelitian ini mencoba menganalisis seberapa besar faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan nasabah untuk menyimpan di Koperasi Madinah PT. Global Energy Mutazam (Tours & Travel) Serang.

Berdasarkan pernyataan diatas dan penelitian terdahulu maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran teoritis seperti yang tersaji pada gambar berikut ini:

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 1.1 Kerangka pemikiran teoritis

H. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan berdasarkan dengan tujuan penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menafsirkan data yang berkenaan dengan fakta-fakta sifat-sifat populasi secara sistematis, factual dan akurat. Peneliti akan menjelaskan fenomena-fenomena kejadian lapangan yang berkaitan dengan penelitian ini (deskriptif) yang kemudian untuk menjawab masalah-masalah dengan melakukan pengujian statistika.

2. Subjek penelitian (Sumber Data)

Subjek penelitian ini adalah nasabah PT Global Energy Multazam (Tours & Travel)

3. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui observasi (pengamatan),

wawancara dan kuesioner yang disebarakan kepada para nasabah. Dalam data tersebut terdapat tanggapan nasabah atas pelayanan pelanggan tabungan umroh PT Global Energy Multazam (Tours & Travel).

- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh tidak secara langsung dari objek penelitian berupa dokumen atau laporan-laporan, berupa gambaran umum lokasi penelitian dan data lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi menurut Sugiono adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.⁷

Adapun jumlah populasi pada penelitian ini adalah

⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan keenam (Bandung: CV Alfabeta, 2004), h. 73.

381 nasabah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel).

b. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya.⁸ Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Pengambilan sampel adalah metode yang digunakan untuk menyeleksi sejumlah individu dari populasi sehingga dapat menghasilkan sampel yang representatif, dalam arti sampel tersebut benar-benar mampu digunakan untuk menggambarkan populasinya.⁹

⁸ Sugiarto, *Teknik Sampling*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 2

⁹ Sugiarto, *Teknik Sampling*, ..., h. 4.

Adapun cara untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = jumlah sampel / responden penelitian

N = jumlah populasi responden

e = kelonggaran sampel (persen kelonggaran karena ketidakteelitian akibat masalah pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi sebesar 10 % atau 0,1)

1 = konstanta

$$n = \frac{381}{1 + 381(0,1)^2}$$

$$n = 80$$

Dari perhitungan rumus slovin diatas menjelaskan bahwa jumlah sampel yang penulis teliti sebesar 80 responden yang terdiri

pengambilan sampelnya dilakukan secara acak atau random sederhana.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah pertanyaan-pertanyaan yang tersusun secara sistematis serta telah tersedia jawabannya dengan bentuk yang disebarakan kepada responden.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode yang digunakan penulis untuk mempelajari teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, kemudian teori-teori tersebut digunakan sebagai bahan dalam mencari kebenaran dari masalah tersebut.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- BAB I** : Pendahuluan, bab ini berisi tentang uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat/signifikansi penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika penelitian.
- BAB II** : Kajian Puataka, bab ini berisi tentang Teori Pelayanan, Simpanan, Teori Keputusan konsumen/nasabah, Penelitian Terdahulu yang Relevan dan Hipotesis.
- BAB III** : Metode Penelitian, bab ini menguraikan tentang Waktu dan Tempat Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik

Pengumpulan Data, Analisis Data, dan Operasional Variabel Penelitian.

BAB IV : Pembahasan Hasil Penelitian, bab ini memberikan Gambaran Umum Objek Penelitian, Hasil Penelitian, Hasil Kuisisioner, Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Persamaan Linear Sederhana, Uji Koefisien Korelasi, Uji Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis.

BAB V : Penutup, bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, juga berisi tentang saran-saran sebagai solusi dari permasalahan yang telah dikemukakan.

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan diartikan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang) atau jasa. Pelayanan juga diartikan sebagai kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.¹

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan.²

Pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada

¹<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pelayanan>, Di Akses Pada Tanggal 24 Maret 2019, Pukul 21:45.

² Daryanto, Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Cetakan I (Yogyakarta: Gava Media, 2014), h. 135.

intinya tidak terwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun produksinya dapat atau tidak terkait dengan produksi fisik.³

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau keinginan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan untuk memberikan kemudahan atas jual beli barang atau jasa.

2. Kualitas Pelayanan dalam Ekonomi Islam

Konsep kualitas pelayanan dalam islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa yang menyadarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang dijelaskan oleh syari'at islam.

Pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Dalam

³ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 36.

pandangan islam, pelayanan mempunyai nilai-nilai islam yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal, yaitu:

a. Professional

Professional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan.⁴ Sifat professionalism digambarkan dalam ayat sebagai berikut:

إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ هُمْ خَيْرُ
الْبَرِيَّةِ

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan melakukan pekerjaan yang baik, mereka itu adalah sebaik-baik makhluk.” (QS. al-Bayyinah, 98:7).⁵

b. Menyampaikan (*Tabligh*)

Tabligh artinya komunikatif dan argumentatif, orang yang memiliki sifat *tabligh* akan

⁴ Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Inpress, 2003), h.63.

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Tejermahannya*, Cetakan ke 7, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2014), h. 598.

menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat.⁶ Menyampaikan suatu hal dengan benar dan tutur kata yang tepat yaitu dengan kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain hal ini ditegaskan dalam ayat berikut ini:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَحْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya: “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut. Mudah-mudahan ia ingat atau takut”. (QS Thaha ayat 44).⁷

c. Jujur (*Siddik*)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur juga merupakan kesesuaian antar berita yang disampaikan dan fakta, antar fenomena yang diberikan, serta bentuk dan substansi.⁸

⁶ Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung : Mizan, 2006), h. 132.

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Tejemahannya*, ..., h. 314.

⁸ Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, ..., h. 98.

d. Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Allah berfirman:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha mendengar lagi Maha melihat”. (QS An-Nisaa ayat 58).⁹

Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Menurut A. Pasuraman dalam Tjiptono mengungkapkan, “lima dimensi mengenai kualitas jasa sebagai berikut:

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Tejermahannya*, ..., h. 87.

1) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Penampilan fasilitas (*physical facilities*), peralatan, personil, dan materi tertulis. *Tangibles* sering digunakan oleh perusahaan jasa untuk memperkuat citra, menyediakan kesinambungan, dan menekankan kualitas kepada konsumen.

2) Keandalan (*Reability*)

Kemampuan melaksanakan janji atas jasa secara tersendiri dan secara teliti. Konsumen akan mengadakan hubungan bisnis dengan perusahaan yang selalu mempertahankan janji. Konsumen akan selalu mengingat kejadian atau kesalahan yang disebabkan oleh perusahaan tersebut, dan hal ini akan menjadi hambatan untuk disembuhkan atau diperbaiki.

3) Daya Tanggap (*Respnsifeness*)

Kesediaan dalam membantu dan melayani konsumen dan menyediakan jasa tanpa

tuduhan. Ketanggapan ini adalah komunikasi antara konsumen dalam hitungan waktu yang diperlukan oleh seseorang untuk menunggu bantuan, tanggapan jawaban, atau perhatian atas masalah.

4) Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan dan keramahtamahan karyawan serta kemampuan mereka dalam membantu kepercayaan (*trust and confidence*). *Trust* dan *confidence* dapat tertanam dalam seseorang yang menghubungkan diri dengan perusahaan. Dimensi *assurance* ini merupakan gabungan dari dimensi:

- a) Kompetensi (*competence*), artinya penampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan pelayanan.

- b) Kesopanan (*courtesy*), meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan.
- c) Kredibilitas atau kepercayaan (*credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan perusahaan, seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.
- d) Keamanan (*security*), artinya tidak ada bahaya resiko atau keraguan dalam memanfaatkan pelayanan yang ditawarkan.
- e) Empati atau Peduli (*Empaty*)

Memberikan perhatian secara pribadi kepada konsumen. Konsumen selalu menginginkan perhatian dalam hal ini merupakan kunci terpenting suatu perusahaan. dimensi empati merupakan penggabungan dari dimensi:

- (1) Akses (*access*), meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
- (2) Komunikasi (*communication*), artinya kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan atau konsumen.
- (3) Memahami pelanggan (*understanding the customer*).¹⁰

3. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan

Dalam rangka menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi organisasi pelayanan untuk menyempurnakan kualitas, guna menciptakan kepuasan nasabah, maka yang bersangkutan harus mampu mengimplementasikan enam prinsip yang bermanfaat

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Malang: Bantu Media, 2015), h. 273.

dalam menyempurnakan kualitas pelayanan. Prinsip kualitas pelayanan meliputi:

a. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

b. Pendidikan

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

c. Pemasaran Strategik

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

d. *Review*

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran-sasaran kualitas.

e. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan maupun *stakeholder* lainnya.

f. Total *Human Reward*

Reward dan *recognition* merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki (*sense of belonging*) setiap anggota organisasi dapat meningkat, yang ada pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pada prosektifitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.¹¹

Untuk mempresentasikan variabel fasilitas agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka disusun indikator-indikator yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam item-item pernyataan di dalam koesioner, yaitu penampilan dan keadaan lingkungan sekitar, kemampuan sarana prasarana, perlengkapan dan peralatan

¹¹ Fandy Tjiptono, *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), h.75-76.

B. Simpanan

1. Pengertian Simpanan

Tabungan atau simpanan adalah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹²

Pengertian simpanan atau tabungan menurut Undang-undang tentang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 adalah “Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh nasabah kepada bank syariah dan/atau UUS berdasarkan akad wadi’ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dalam bentuk giro, tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Sedangkan tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi’ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat

¹²Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007), h. 92.

dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹³

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa simpanan adalah tindakan nasabah terhadap uang yang dimiliki yang dititipkan, diamanatkan atau diinvestasikan ke bank atau lembaga keuangan lainnya yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati sesuai akad di awal kesepakatan.

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik, seperti beberapa ayat dalam Al-Qur'an mengenai simpanan atau tabungan:

¹³Undang-UndangRI Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَةً ضَعِيفًا
خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka, oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”. (QS An-Nisa:9).¹⁴

Ayat tersebut memerintahkan kepada kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman dan taqwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya, salah satunya dengan menabung.

2. Pengertian Umrah

Umrah berasal dari kata ‘*amara* yang artinya mendiami suatu tempat atau mengunjungi suatu tempat. Adapun menurut bahasa, umrah artinya *ziarah*(berkunjung). Sedangkan menurut istilah dan syariat, umrah adalah berkunjung ke baitullah untuk

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur’an dan Tejemahannya*, Cetakan ke 7, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2014), h.78.

melakukan thawaf dan sai tanpa melakukan wukuf di Arafah dalam waktu yang tidak ditentukan. Umrah juga disebut *hajjul ashghar* (haji kecil).¹⁵

Perbedaan haji dan umrah terletak pada jumlah rukun dan wajibnya saja. Pelaksanaan ibadah umrah tidak mengenal wukuf di Padang Arafah, mabit di Muzdalifah dan Mina, juga melempar jumrah aqobah dan melempar jumrah di tiga lokasi jamarat pada tiga hari tasyrik yang hanya ada pada musim haji. Perbedaan mendasar antara haji dan umrah adalah dari segi waktu pelaksanaannya.¹⁶

Jadi, umrah adalah ibadah yang dapat dilakukan selama musim haji dan juga dilakukan di luar musim haji yang waktunya adalah sebelum melakukan wukuf atau sesudah melakukan thahallul tsani.

Adapun landasan hukum haji dan umrah yaitu Al-Qur'an surat Albaqarah ayat 158 yaitu:

¹⁵Ustadz Yusuf Mansur, *Travel Guide Haji dan Umrah*, Cetakan 1, (Bandung: Salamadani Pustaka Semesta, 2010), h. 138

¹⁶Moh. Nafi, *Haji dan Umrah Sebuah Cermin Hidup*, (Jogja: Erlangga, 2015), h. 44

﴿ إِنَّ الصَّافَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ ^ط فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ
 أَعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا ^ج وَمَنْ تَطَوَّعَ
 خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ ﴿١٥٨﴾

Artinya: “*Sesungguhnya shafa dan marwa adalah sebahagian dari syi’ar Allah. Maka barang siapa yang berhaji ke baitullah atau ber umrah, Maka tidak ada dosa baginya mengerjakan sa’i antara keduanya, dan barang siapa yang mengerjakan suatu kebajikan dengan kerelaan hati, maka sesungguhnya Allah Maha Mensyukuri kebaikan lagi Maha mengetahui*”.¹⁷

3. Simpanan Umrah

Setiap muslim di seluruh dunia pasti mendambakan pergi ke Tanah Suci. Perasaan itu dialami pula oleh muslim yang ada di Indonesia. Tidak heran banyak sekali orang yang rela mengeluarkan uang dalam jumlah besar demi bisa menjalankan ibadah haji dan umroh. Biaya yang diperlukan memang tidak sedikit oleh sebab itulah tidak semua orang dapat pergi ke Tanah Suci. Masyarakat dengan dana yang terbatas dan memiliki banyak

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur’an dan Tejermahan*, ..., h. 24.

kebutuhan yang lain yang mesti dipenuhi harus jatuh bangun mengumpulkan uang belum tentu bisa melakukan ibadah haji ataupun umroh.¹⁸

Simpanan umrah adalah bentuk simpanan bagi anggota yang berencana menunaikan ibadah umroh.¹⁹ Simpanan umrah juga dapat diartikan sebagai tabungan anggota pada koperasi jasa keuangan syariah dengan akad Mudharabah Al-Mutlaqah diperuntukan bagi calon nasabah/nasabah yang telah berniat untuk menunaikan ibadah haji/umrah ke tanah suci, untuk mewujudkan niat nasabah dengan menyisihkan sebagian dana yang nasabah miliki untuk di tabung. Simpanan umrah membantu secara disiplin dan rutin menyisihkan dan untuk mewujudkan niat beribadah ke tanah suci.

¹⁸ Achmad Subianto, *Menata Kembali Manajemen Haji Indonesia*, (Jakarta: YAKAMUS dan Gibon Books, 2006), h. 34.

¹⁹ Habib Ismail dkk, "Implementasi Simpanan Umroh Implementasi Simpanan Umroh Dengan Akad Wadi'ah," (Studi Di BMT El-Mentari Putra Rumbia Lampung Tengah Tahun 2017), Jurnal Artikel KHOZANA, Vol. 1, No. 1, Januari 2018, Institut Agama Islam Ma'arifNU (IAIMNU), hlm. 31.

C. Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan

1. Pengertian Keputusan

Menurut pemahaman yang paling umum, sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian, pilihan antara merk X dan merk Y, atau pilihan untuk menggunakan waktu mengerjakan A atau B, orang tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu atau mengambil tindakan tertentu (misalnya, menggunakan obat resep dokter), maka keadaan satu-satunya tanpa pilihan lain ini bukanlah suatu keputusan,

keputusan atas keadaan tanpa pilihan biasanya disebut “pilihan hobson”.²⁰

Keputusan adalah suatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa hasil pemutusan suatu ketepatan yang dipilih berdasarkan beberapa alternatif. Keputusan juga dapat diartikan untuk memutuskan suatu kesimpulan.

2. Pengertian Nasabah

Pengertian nasabah berdasarkan Undang-undang RI nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau unit usaha syariah.²¹

Nasabah (*customer*) adalah sebutan untuk orang atau badan usaha yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada sebuah bank tertentu. Nasabah yang lama dan memperoleh predikat baik karena sebagai debitur

²⁰Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perrilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, (Jakarta: indeks, 2004), h. 485.

²¹Undang-UndangRI Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

(peminjam) lancar memenuhi kewajiban-kewajibannya dikenal dengan sebagai nasabah utama (*prime customer*), sedangkan nasabah yang sering menunggak utang lazim dikenal dengan nasabah bermasalah.

Nasabah bank (*bank customer*) adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Sedangkan nasabah utama (*prime customer*) adalah nasabah yang memiliki transaksi dalam jumlah besar, taat dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya kepada bank sebagaimana yang telah dipersyaratkan.²²

3. Keputusan Nasabah

Dari pengertian keputusan dan pengertian nasabah di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa keputusan nasabah adalah hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan

²²Sujana Ismaya, *Kamus Perbankan*, (Bandung: Pustaka Grafika, 2006), h. 405

timbulnya keputusan yaitu keputusan konsumen untuk menjadi nasabah atau tidak.²³

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Beberapa proses pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa yang dilakukan perilaku nasabah yaitu:

a. Menganalisis Kebutuhan dan Keinginan

Pengambilan keputusan oleh nasabah untuk menggunakan suatu jasa ini diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan.

b. Pencarian Informasi

Pada tahap ini konsumen melakukan pencarian informasi tentang keberadaan jasa yang diinginkannya. Proses pencarian ini dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan jasa yang diinginkan. Dari berbagai informasi yang diperoleh nasabah akan melakukan seleksi atas alternatif-alternatif yang tersedia.

²³Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), hlm 45.

c. Penilaian dan Seleksi Terhadap Alternatif

Pada proses seleksi inilah yang disebut sebagai tahap evaluasi informasi. Dengan menggunakan berbagai kriteria yang ada dalam benak nasabah, setelah satu produk yang dipilih untuk digunakan.

d. Keputusan untuk Menggunakan Jasa

Bagi nasabah yang mempunyai keterlibatan tinggi terhadap jasa yang diinginkan, proses pengambilan keputusan akan mempertimbangkan berbagai hal, diantaranya mengenai harga dan tingkat kebutuhan.

e. Perilaku Setelah Semutuskan Menggunakan Jasa

Dengan digunakannya jasa tertentu, proses evaluasi belum berakhir karena nasabah akan melakukan evaluasi pasca penggunaan jasa. Proses evaluasi ini akan menentukan apakah nasabah akan merasa puas atau tidak atas penggunaannya. Seandainya nasabah merasa puas, maka kemungkinan untuk menggunakannya kembali pada masa depan akan terjadi, sementara jika nasabah tidak puas atas

keputusan menggunakan jasanya, maka akan mencari kembali berbagai informasi jasa.

D. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan kegiatan mendata dan mengevaluasi hasil dari studi penelitian terutama pada skripsi yang lebih dulu membahas focus yang sama dalam ringkasan tersebut, harus digali kelebihan dan kekurangan skripsi yang telah ada, berikut beberapa skripsi yang terdahulu:

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan
1.	Sbdul Rozak	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Gadai (Studi Pada Pegadaian Syariah Cabang Cikarang).	Variabel X dan Y berpengaruh signifikan. ²⁴
2.	M. Kustandi	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah	Variabel X dan Y berpengaruh

²⁴Abdul Rozak, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Gadai (Studi Pada Pegadaian Syariah Cabang Cikarang), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sukatan Maulana Hasanudin Banten, 2016, h.70.

		Wisatawan Arum Jeram dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Wisata Arum Jeram PT. Banten Rafting Ciberang-Lebak Gedong-Rangkasbitung).	signifikan. ²⁵
--	--	--	---------------------------

Perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian, objek penelitian yang saya teliti yaitu di PT. Global Energy Multazam Ciracas-Serang, sedangkan peneliti sebelumnya objek penelitiannya di Pegadaian Syariah Cabang Cikarang dan PT. Banten Rafting Ciberang-Lebak Gedong-Rangkasbitung.

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian. Maka di dalam penelitian ini jika diduga bahwa suatu variabel mempunyai

²⁵M. Kustandi, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Wisatawan Arum Jarem dalam Perspektif Ekonomi Islam, (Rangkasbitung: fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2016), h. 82

korelasi dengan variabel lain baik secara parsial maupun simultan, pengujian secara parsial menggunakan hipotesis sebagai berikut:

1. H_0 = diduga pelayanan (x) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah (y).
2. H_a = diduga pelayanan (x) berpengaruh terhadap keputusan nasabah (y).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT.Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas-Serang. Objek yang akan diteliti yaitu nasabah atau anggota Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas-Serang yang akan berangkat umrah dengan sistem simpanan umrah. Penelitian ini di mulai pada bulan Juli sampai September 2019.

B. PopulasidanSampel

1. Populasi

Populasi berarti keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti.¹ Dalam penelitian kuantitatif, populasi diartikan sebagai wilaah generalisasi ang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

¹Sugiarto.dkk, *Teknik Sampling*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 2.

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.²

Populasi yang digunakan oleh penulis adalah nasabah yang melakukan simpanan pada Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas-Serang sebesar 381 populasi.

2. Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang mengikuti program di Koperasi Madina PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas-Serang, untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, maka penulis menggunakan teknik sampling, nonprobability sampling yaitu *purposive sampling* (mengambil sampel sesuai kriteria), kriteria sampel dalam penelitian ini adalah simpanan umroh sebanyak 80 orang.

²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2017), h.215.

C. Jenis Metode Penelitian

Metode adalah melakukan sesuatu dengan menggunakan fikiran secara seksama untuk mencapai tujuan. Sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisa sampai menyusun laporannya.³ Jadi metode penelitian pada dasarnya cara untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu dengan menggunakan cara ilmiah.

Metode penelitian kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivism. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini

³Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, ..., h. 2.

disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Sesuai dengan pokok masalah dan tujuan yang telah dirumuskan dalam penelitian “Pengaruh Pelayanan Simpanan Umroh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan Di Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam Ciracas-Serang” maka metode ini termasuk metode deskriptif yang merupakan sesuatu yang mengumpulkan, menyajikan, dan menganalisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai objek yang diteliti dan menarik kesimpulan berdasarkan penelitian yang dilakukan.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh

peneliti.⁴Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁵ Dalam metode pengumpulan data primer, peneliti atau observator melakukan observasi sendiri, mencari data sendiri, mengumpulkan data sendiri, mengolah data sendiri dan menggunakan data itu sendiri.

Dalam hal ini data yang diteliti langsung oleh peneliti yaitu nasabah atau anggota koperasi yang menyimpan pada Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas-Serang.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang diperoleh oleh pihak lain atau data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pengumpul data primer atau oleh pihak lain yang pada umumnya disajikan dalam bentuk table-tabel

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, ..., h. 16.

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, ...,h.225.

atau diagram-diagram. Metode pengumpulan data sekunder sering disebut metode penggunaan bahan dokumen, karena dalam hal ini peneliti tidak secara langsung mengambil data sendiri tetapi meneliti dan memanfaatkan data atau dokumen yang dihasilkan oleh pihak-pihak lain.⁶

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁷ Dalam penelitian ini, data sekunder yang dibutuhkan oleh peneliti yaitu:

- a. Jumlah nasabah atau anggota koperasi yang akan berangkat umrah melalui PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas-Serang dengan sistem simpanan umrah di Koperasi Madinah.
- b. Sejarah singkat PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas-Serang.

⁶Sugiarto.dkk, *Teknik Sampling*, ..., h. 19.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, ..., h.225.

- c. Struktur organisasi PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas-Serang.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket (Kuesioner)

Kuesioner adalah pertanyaan dan pernyataan yang tersusun secara sistematis serta telah tersedia jawabannya dengan bentuk yang disebarkan kepada responden.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk penelitian yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang disampaikan secara lisan oleh peneliti kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan kepentingan penelitian untuk memperoleh data.

3. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung mengenai pelayanan simpanan umrah dan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah, kemudian data tersebut akan dianalisis untuk dapat dituangkan dalam uraian

tertulis. M. Iqbal dalam bukunya berpendapat bahwa “Observasi adalah penelitian yang dilakukan dengan pengamatan baik secara berhadapan langsung maupun secara tidak langsung yang dilakukan oleh peneliti”.⁸

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner.⁹

4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode yang digunakan penulis untuk mempelajari teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, kemudian teori-teori tersebut digunakan sebagai bahan dalam mencari kebenaran dari masalah tersebut.

⁸M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1(Statistik Deskriptif)*, Edisi Kedua, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), h. 267-268

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., h. 145.

5. Skala Pengukuran

Pada penelitian ini data yang tersedia dalam bentuk skala ordinal dimana peneliti akan mengukur penelitian ini dengan Skala Likert. Skala Likert digunakan dalam penelitian sosial khususnya untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penyusunan instrumen dalam menggunakan skala ini diawali dengan penelaahan teoretik yang menghantarkan peneliti dalam penentuan, dimensi dari variabel tersebut, menentukan berbagai indicator atau petunjuk dari dimensi yang relevan, kemudian merancang butir instrument.¹⁰ Responden akan diberikan pertanyaan-pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban yang dianggap oleh responden sangat tepat.

Dalam penelitian Pengaruh Pelayanan Simpanan Umrah Terhadap Keputusan Nasabah

¹⁰Lijian Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 144.

Untuk Menabung Di Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel), data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan bobot hitung 1 sampai 5, dengan kategori:

Tabel 3.1

Skala Pengukuran

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi

data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.¹¹

Untuk dapat dianalisis besarnya faktor pelayanan simpanan umrah terhadap keputusan nasabah maka akan menggunakan pendekatan statistik sebagai berikut:

1. Uji Validasi dan Reliabilitas

a. Uji Validasi

Validasi adalah ketepatan atau keepatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validasi sering digunakan untuk mengukur ketepatan dalam suatu item dalam kuesioner, apakah item-item dalam kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.¹²

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, ...*, h.147.

¹²Duwi Priyanto, *Paham Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010), h. 90.

Sisi lain dari pengertian validitas adalah aspek kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid, tidak sekedar mampu mengungkapkan data dengan tepat akan tetapi juga harus memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut.¹³

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sign 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid. Uji validitas dengan menggunakan teknis korelasi Product Moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut:¹⁴

¹³Sarifudin Azwa, *Reliabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 8.

¹⁴Wiratna Sujarweni Poly Endrayanto, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 177.

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2]}[\sqrt{[n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.¹⁵ Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi sederhana didasarkan hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.¹⁶

Analisis regresi sederhana adalah analisis regresi yang digunakan untuk memprediksi satu

¹⁵Duwi Priyanto, *Paham Analisis Data dengan SPSS, ...*, h. 97.

¹⁶Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), ..., h. 261.

variabel tergantung berdasarkan pada satu variabel bebas.¹⁷ Regresi sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan kausal satu variabel bebas terhadap satu variabel tergantung. Model yang digunakan untuk melakukan analisis regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel Independen (variabel bebas)

a = Konstanta/intercept (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan).¹⁸

¹⁷Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*, Edisi 1 (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011), h. 37.

¹⁸Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistic Data Dengan SPSS,...*, h. 55.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang paling sederhana adalah membuat grafik distribusi frekuensi atas skor yang ada. Mengingat kesederhanaan tersebut, maka pengujian kenormalan data sangat tergantung pada kemampuan mata mencermati *plotting* data. Jika jumlah data cukup banyak dan penyebarannya tidak 100% normal (tidak normal sempurna), maka kesimpulan yang ditarik berkemungkinan salah.¹⁹

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan), sebaliknya jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homoskedastisitas. Yang diharapkan pada model regresi adalah yang

¹⁹Agus irianto, *Statistik: Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), 272.

homoskedastisitas. Masalah heterokedastisitas terjadi pada penelitian yang menggunakan data *cross-section*.

c. Uji Auto Korelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*times-series*) atau ruang (*cross-section*). Adapun uji autokorelasi dengan metode Durbin Watson (Durbin Watson Test) merupakan uji yang sangat populer untuk menguji ada-tidaknya masalah autokorelasi dari model empiris yang diestimasi.²⁰

Dalam penelitian ini uji autokorelasi yang digunakan adalah uji Durbin Watson (*DW Test*), yaitu uji yang mengisyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen.

²⁰Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS, ...*, h.95.

Langkah-langkah pengujian Durbin Watson, yaitu:

- a. Menentukan hipotesis yang akan diuji dengan ketentuan.

H_0 : tidak ada autokorelasi ($t = 0$)

H_a : ada autokorelasi ($t \neq 0$)

- b. Hitung nilai DW

- c. Menentukan nilai DW kritis d_l , dan d_U dengan melihat table Durbin Watson pada $\alpha = 5\%$, $k = 2$, $n =$ jumlah data.

- d. Menentukan ada atau tidaknya autokorelasi dengan nilai DW kritis, yang berpedoman pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Kriteria Pengujian Autokorelasi dengan Uji
Durbin Watson

Durbin Watson	Kesimpulan
$<D_l$	Ada Autokorelasi (+)
$d_L \leq DW \leq d_U$	Tanpa Kesimpulan
$d_U < DW < 4 - d_U$	Tidak Ada Autokorelasi
$4 - d_U \leq DW \leq 4 - d_L$	Tanpa Kesimpulan
$>4 - d_L$	Ada Autokorelasi

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah prosedur yang didasarkan pada bukti sampel yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis merupakan suatu pernyataan yang wajar dan oleh karenanya tidak ditolak, atau hipotesis tersebut tidak wajar dan oleh karena itu harus ditolak.²¹

Uji Signifikan Parsial (uji t)

Adapun hipotesis dalam uji ini adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_j = 0$$

$$H_1 : \beta_j \neq 0;$$

$$j = 0, 1, 2, \dots, k$$

k = koefisien *slope*.

Dari hipotesis tersebut dapat terlihat arti dari pengujian yang dilakukan, yaitu berdasarkan data yang tersedia, akan dilakukan pengujian terhadap β_j (koefisien regresi populasi), apakah sama dengan nol, yang berarti variabel bebas

²¹Suharyadi, dkk., *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 82.

tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat, atau tidak sama dengan nol, yang berarti variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.²²

e. Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah suatu nilai untuk mengukur kuatnya hubungan (korelasi) antara variabel X dan Y. Koefisien korelasi sebenarnya merupakan kovariansi yang dilakukan, serta dapat digunakan untuk mengukur kuatnya hubungan dua variabel X dan Y dengan satuan yang sama atau berbeda. Apabila setiap individu dalam satu kelompok mempunyai skor masing-masing pada dua variabel itu dapat diketahui korelasinya. Koefisien korelasi (r) adalah statistik yang menunjukkan kuat dan arah saling hubungan antara variasi dua distribusi skor.

²²Nachrowi Djalal Nachrowi, dkk., *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006), 19.

Dikarenakan jumlah produk dan kovarians dapat bertanda negative maka koefisien korelasi dapat pula bertanda negatif apabila arah hubungan antara kedua variabel berlawanan. Tanda positif atau negatif pada koefisien korelasi semata-mata menunjukkan arah hubungan yang terjadi.

Koefisien korelasi yang positif menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, yaitu besarnya skor pada satu variabel terjadi bersamaan dengan besarnya skor pada variabel yang lain dan rendahnya skor pada satu variabel terjadi bersama dengan kecilnya skor pada variabel yang lain. Koefisien korelasi yang negatif menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah berlawanan, yaitu besarnya skor pada satu variabel terjadi bersamaan dengan rendahnya skor pada variabel yang lain dan rendahnya skor pada variabel yang satu terjadi bersamaan dengan tingginya skor pada variabel yang lain.

Kuat lemahnya saling hubungan yang ada diantara dua variabel ditunjukkan oleh besar-kecilnya angka yang merupakan koefisien korelasi itu. Koefisien yang besarnya semakin mendekati angka 1,0 menunjukkan semakin kuatnya hubungan yang ada sedangkan koefisien yang semakin kecil mendekati angka 0 berarti semakin lemahnya hubungan yang terjadi.²³

Tabel 3.3
Koefisien Korelasi

NO	Interval koefisien	Tingkat Hubungan
1.	0,00 – 0,199	Sangat rendah
2.	0,20 – 0,399	Rendah
3.	0,40 – 0,599	Sedang
4.	0,60 – 0,799	Kuat
5.	0,80 – 1,000	Sangat kuat

²³Sarifudin Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, ..., h. 17.

f. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (*Goodness of Fit*), yang dinotasikan dengan R^2 , merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Atau dengan kata lain, angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya.

Nilai Koefisien Determinasi (R^2) ini mencerminkan seberapa besar variansi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X . Bila nilai Koefisien Determinasi sama dengan 0 ($R^2 = 0$), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X . Dengan kata lain bila $R^2 = 1$, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian baik atau buruknya suatu

persamaan regresi ditentukan oleh R^2 -nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu.²⁴

G. Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pelayanan Simpanan Umrah sebagai variabel X.

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena

²⁴Nachrowi Djalal Nachrowi, dkk., *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan, ...*, h. 21.

adanya variabel bebas.²⁵ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Nasabah sebagai variabel Y.

Tabel 3.4
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Pelayanan Simpanan Umrah (X)	Pelayanan adalah setiap tindakan atau keinginan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan untuk memberikan kemudahan	1. Bukti fisik Peralatan 2. Keandalan/keahlian 3. Daya tanggap 4. Jaminan	1. Tanda terima 2. Kenyamanan tempat. 3. Professional dalam pelayanan. 4. Cepat dan tanggap 5. Mudah dalam proses pelayanan 6. Jaminan pelayanan	1 2 3,4,5 6,7 8 9,10

²⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D,...*, h. 39.

	atas jual beli barang atau jasa.			
Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan nasabah adalah hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Penilaian dan seleksi 4. Keputusan 5. Perilaku setelah keputusan penggunaan jasa 6. Sikap 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan untuk menyimpan. 2. Informasi yang relevan dan akurat 3. Memilih alternatif simpanan umrah 4. Review tentang simpanan 5. Perbandingan antar perusahaan 6. Memberikan pelayanan terbaik. 	<p>1,2</p> <p>3,4</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>7,8</p> <p>9,10</p>

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) yang terletak di Jl. Tb. Suwandi No. 27 Lingkar Selatan, Ciracas Kota Serang, Banten, yang merupakan kantor pusat tours and travel. PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) merupakan perusahaan tours and travel yang menyediakan jasa simpanan. Tidak ada batas minimum untuk melakukan simpanan umrah dengan kata lain kita bisa menyimpan uang untuk berangkat umrah dimulai dari nominal berapa pun.

PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) atau lebih dikenal dengan GEM Tours yang berdiri di Serang Provinsi Banten adalah sebuah travel perjalanan wisata, yang melayani jasa perjalanan wisata dalam dan luar negeri serta wisata religi khususnya Umrah dan Ibadah Haji Khusus dengan izin resmi Departemen Agama yakni SK Umrah: D/653 Tahun 2014 dan SK Haji: PHU/HK 3078/VI2012.

GEM Tours menyadari bahwa untuk memenuhi kebutuhan antara jamaah satu dengan yang lainnya berbeda, namun GeM Tours juga yakin yang diidamkan dalam sebuah perjalanan adalah rasa nyaman dan aman. Ukuran rasa aman nyaman yang dirasakan seorang amatlah subjektif dan relatif dan tidak dapat di seragakan atau digantikan dan diukur dengan materi.¹

Dengan program berkonsep dan mengusung motto “memberi nilai lebih perjalanan suci anda”, segenap manajemen dan staff, pembimbing ibadah, tour leader/mutowif serta dukungan SDM fasilitator yang berpengalaman baik di Saudi Arabia maupun Indonesia senantiasa memberikan pelayanan sepenuh hati, amanah demi kenyamanan, serta kebermanfaatan dalam setiap program yang dilaksanakan sehingga kekhusuan jamaah dapat utuh dirasakan yang berdampak membawa energi perubahan kebaikan untuk semakin dekat menggapai Ridho Allah SWT.

¹ PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel), *Selangkah Lebih Dekat Menuju Baitullah*, hal. 2.

GEM Tours berada dalam naungan PT.GEW, sebagai induk bisnis yang mempunyai Legalitas Hukum, KEMENKUMHAM dan izin PPIU KEMENAG.

1. Visidan Misi PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel)

a. Visi

- 1) Perusahaan skala adalah jangkauan kerja PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) melingkupi wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang tersebar dari sabang sampai merauke meliputi 35 area yang berskala Provinsi dan 300 area cabang Kabupaten/Kota.
- 2) Terkemuka adalah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) menjadi travel umrah dan haji yang terbaik dan terdepan serta dikenal oleh masyarakat luas dikarenakan layanan umrah dan haji yang sangat memuaskan.
- 3) Terpercaya adalah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) mempunyai tingkat pelayanan yang

tidak mengecewakan jamaahnya dan dapat dipertanggung jawabkan dari segi legalitasnya.

- 4) Amanah adalah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) selalu bertanggung jawab atas seluruh aktivitas yang berhubungan dengan pelayanan jamaah dengan standar yang telah ditentukan dalam prosedur baku.
- 5) Pelayanan yang berkualitas adalah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) dalam melayani jamaah mengutamakan standar dan prinsip-prinsip yang membuat jamaah merasa aman, nyaman dan fokus dalam menjalankan ibadahnya sehingga jamaah mendapatkan esensi dan value atas ibadah yang sudah dilaksanakan.

b. Misi

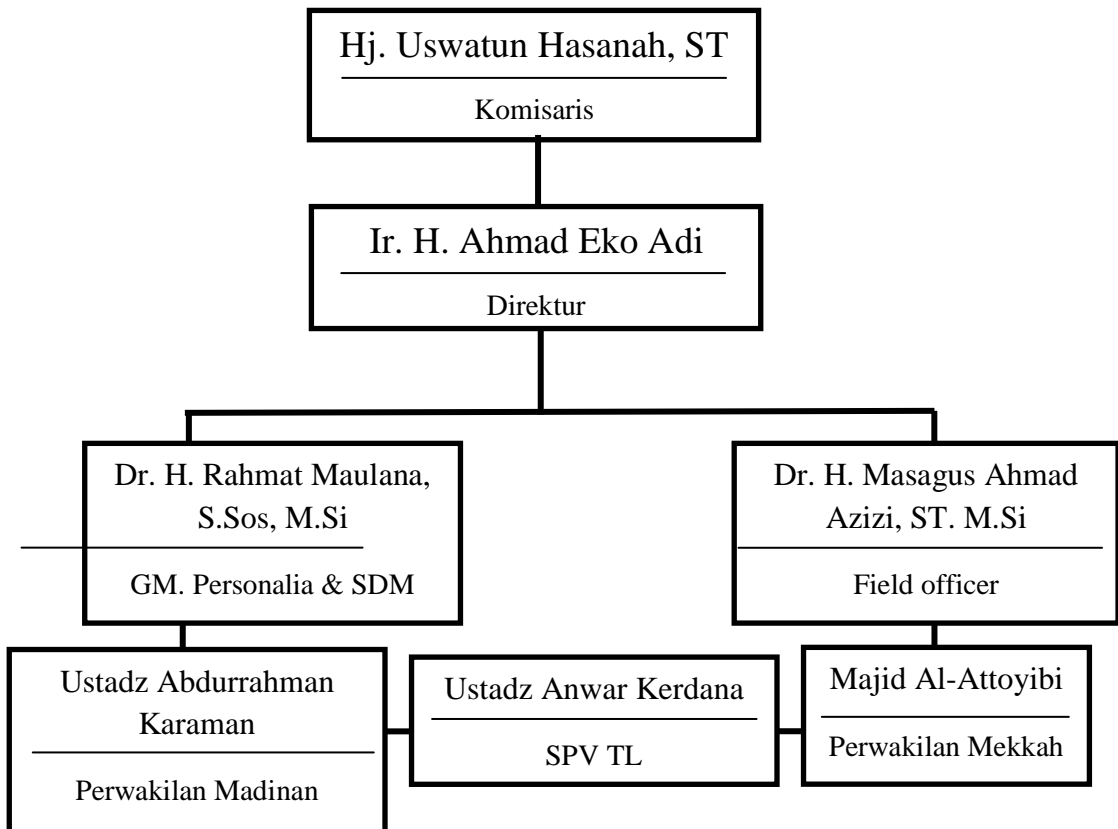
- 1) Membangun perusahaan yang memiliki komitmen yang tinggi terhadap peningkatan kualitas layanan ibadah umrah dan haji.

- 2) Peningkatan kinerja terbaik melalui terciptanya sinergi antara manajemen dengan kebutuhan jamaah.
- 3) Pengelolaan perusahaan secara professional, mengedepankan penerapan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) dengan orientasi kualitas produk dan pelayanan jamaah yang prima (*excellent customer service*) sebagai karya sumber daya manusia yang handal, tumbuh dan berkembang, untuk memenuhi harapan pihak-pihak berkepentingan terkait (*stakeholders*).
- 4) Membangun kompetensi perusahaan yang inovatif dan mampu serta unggul dalam menghadapi persaingan.
- 5) Membangun sinergi dengan *stakeholder* lainnya untuk mencapai efektifitas dan efisiensi bisnis dan mendorong percepatan pertumbuhan perusahaan.²

²PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel), *Selangkah Lebih Dekat Menuju Baitullah, ...*, h. 3.

2. Struktur Organisasi PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel)³

Gambar 4.1



3. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini objek responden adalah nasabah atau anggota PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel),

³PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel), *Selangkah Lebih Dekat Menuju Baitullah, ...,h.* 19.

jumlah anggota berjumlah lebih dari 2000 anggota. Dalam penelitian ini yang menjadi responden yaitu sebesar 80 responden yang menyimpan sebagai simpanan umrah.

Berdasarkan data yang ada mengenai gambaran keadaan nasabah atau anggota yang akan dijadikan sampel sebagai responden. Karakteristik ini dapat di klasifikasikan berdasarkan umur.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Tingkatan Umur	Frekuensi	Presentase
1	20 – 30 tahun	15	19%
2	30 – 40 tahun	30	37,5%
3	40 – 50 tahun	26	32,5%
4	>50 tahun	9	11%
	Jumlah	80	100%

Sumber: Data Primer yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel diatas, responden yang berumur 20 sampai 30 tahun sebanyak 15 atau 19%, 30 sampai 40 tahun sebanyak 30 atau 37,5%, responden yang berumur

40 sampai 50 tahun sebanyak 26 atau 32,5% dan responden yang berumur 50 tahun lebih sebanyak 9 atau 11% dari jumlah keseluruhan 80 responden.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Wiraswasta	11	14%
2	PNS	24	30%
3	Warung Sembako	31	39%
4	Lain-lain	14	17%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data Primer yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel di atas, responden yang pekerjaannya sebagai wiraswasta berjumlah 11 responden atau 14%, PNS sebanyak 24 responden atau 30%, warung sembako 31 responden atau 39%, dan yang lainnya 14 responden atau 17% dari jumlah keseluruhan berjumlah 80 responden.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	SLTP	24	30%
2	SLTA	31	39%
3	S1	11	14%
4	Lain-lain	14	17%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data Primer yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel di atas, responden yang pendidikannya SLTP berjumlah 24 responden atau 31%, SLTA sebanyak 31 responden atau 39%, S1 sebanyak 11 responden atau 11%, dan yang lainnya 14 responden atau 17% dari jumlah keseluruhan berjumlah 80 responden.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4.4**Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

No	Tingkatan Penghasilan	Frekuensi	Presentase
1	Rp.100.000-Rp. 500.000	24	30%
2	Rp.500000-Rp.1.000.000	30	37,5%
3	>Rp.1.000.000	26	32,5%
	Jumlah	80	100%

Sumber: Data Primer yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel di atas, responden yang penghasilannya Rp.100,000-Rp. 500,000 berjumlah 24 responden atau 30%, Rp.500,000-Rp.1,000,000 sebanyak 30 responden atau 37,5%, >Rp.1.000.000 sebanyak 26 responden atau 32,5%, dari jumlah keseluruhan berjumlah 80 responden.

B. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Tabel 4.5

**Jumlah Total Data Koesioner Variabel Pelayanan
Simpanan Umrah (X) dan Keputusan Nasabah (Y)**

NO	X	Y
1	41	37
2	41	35
3	44	43
4	48	48
5	48	48
6	44	43
7	47	47
8	37	35
9	45	43
10	46	43
11	48	47
12	44	41
13	44	47
14	43	42
15	32	35
16	42	35
17	31	25
18	36	38
19	47	47
20	44	40
21	44	42
22	39	42
23	45	45

24	44	34
25	44	32
26	39	44
27	45	45
28	42	44
29	32	41
30	44	41
31	41	42
32	47	37
33	43	44
34	42	41
35	46	39
36	43	34
37	40	33
38	44	43
39	43	42
40	43	43
41	39	33
42	39	36
43	48	38
44	46	38
45	39	34
46	37	28
47	43	46
48	43	41
49	43	42
50	45	41
51	45	40
52	41	42
53	40	35
54	49	45
55	39	31
56	45	45
57	46	48

58	36	31
59	42	39
60	40	39
61	40	43
62	38	39
63	41	42
64	43	36
65	43	35
66	44	32
67	45	33
68	46	36
69	43	38
70	46	37
71	45	39
72	42	36
73	45	46
74	46	40
75	42	43
76	43	43
77	44	39
78	43	42
79	45	48
80	45	43

a. Analisis Deskriptif Variabel Pelayanan Simpanan

Umrah (X)

Tabel 4.6

**Statistik Deskriptif Variabel
Pelayanan Simpanan Umrah (X)**

Statistics		
simpananumroh		
N	Valid	80
	Missing	0
Mean		42.70
Std. Error of Mean		.405
Median		43.00
Mode		43
Std. Deviation		3.619
Variance		13.099
Range		18
Minimum		31
Maximum		49
Sum		3416

Sumber: Output SPSS V.20

Dari tabel di atas, secara empirik diketahui data variabel Pelayanan Simpanan Umrah diperoleh nilai

rata-rata (mean) sebesar 42,70, median sebesar 43,00, modus (mode) sebesar 43, standar deviasi sebesar 3,619, varians sebesar 13,099, range sebesar 18, nilai minimum sebesar 31, dan nilai maksimum sebesar 49.

b. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 4.7

Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Statistics		
Keputusan Nasabah		
N	Valid	80
	Missing	0
Mean		39.86
Std. Error of Mean		.560
Median		41.00
Mode		43
Std. Deviation		5.006
Variance		25.057
Range		23
Minimum		25
Maximum		48
Sum		3189

Sumber: Output SPSS V.20

Dari tabel di atas, secara empirik diketahui data variabel Keputusan Nasabah diperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 39,86, median sebesar 41,00, modus (mode) sebesar 43, standar deviasi sebesar 5,006, varians sebesar 25,057, range sebesar 23, nilai minimum sebesar 25, dan nilai maksimum sebesar 48.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Validasi

Dalam menentukan kesimpulan untuk uji validitas yaitu dengan uji 2 sisi dengan signifikan 0,05 dimana jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan tidak valid.

Dengan jumlah responden sebanyak 80 orang, dan tingkat signifikan 0,05 di peroleh r_{tabel} sebesar 0,219, sedangkan r_{hitung} dilihat dari tabel *Corrected*

item-Total Correlation. Hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitan Pelayanan Simpanan Umrah (X)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,332	0,2199	Valid
Item 2	0,271	0,2199	Valid
Item 3	0,424	0,2199	Valid
Item 4	0,541	0,2199	Valid
Item 5	0,668	0,2199	Valid
Item 6	0,631	0,2199	Valid
Item 7	0,588	0,2199	Valid
Item 8	0,500	0,2199	Valid
Item 9	0,538	0,2199	Valid
Item 10	0,514	0,2199	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS versi

20.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan Pelayanan Simpanan Umrah (Variabel X) menghasilkan koefisien correlation lebih besar pada tingkat signifikan dengan jumlah responden sebanyak 80 responden. Artinya, bahwa seluruh pernyataan dapat dikatakan valid.

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,515	0,2199	Valid
Item 2	0,561	0,2199	Valid
Item 3	0,550	0,2199	Valid
Item 4	0,726	0,2199	Valid
Item 5	0,548	0,2199	Valid
Item 6	0,426	0,2199	Valid
Item 7	0,542	0,2199	Valid
Item 8	0,625	0,2199	Valid
Item 9	0,664	0,2199	Valid
Item 10	0,675	0,2199	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS versi

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan Keputusan Nasabah (Variabel Y) menghasilkan koefisien korelasi lebih besar pada tingkat signifikan dengan jumlah responden sebanyak 80 responden. Artinya, bahwa seluruh pernyataan dapat dikatakan valid.

b. Reliabilitas

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan Simpanan Umrah

(X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.693	10

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS

versi 20.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari output *reliability statistic*. Dari hasil output dapat dilihat bahwa didapat nilai sebesar 0,693, karena $0,693 > 0,60$

maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut reliabel.

Tabel 4.11

Hasil uji Reliabilitas Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.797	10

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS versi 20.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat bahwa di dapat nilai sebesar 0,797. Karena $0,797 > 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian tersebut reliabel.

Tabel 4.12

Kesimpulan Hasil Validitas dan Reliabilitas

Variabel	R alpha	Keterangan
Pelayanan Simpanan Umrah(X)	0,693	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,797	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan spss versi 20.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Data Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4.25100187
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.062
	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		.998
Asymp. Sig. (2-tailed)		.272

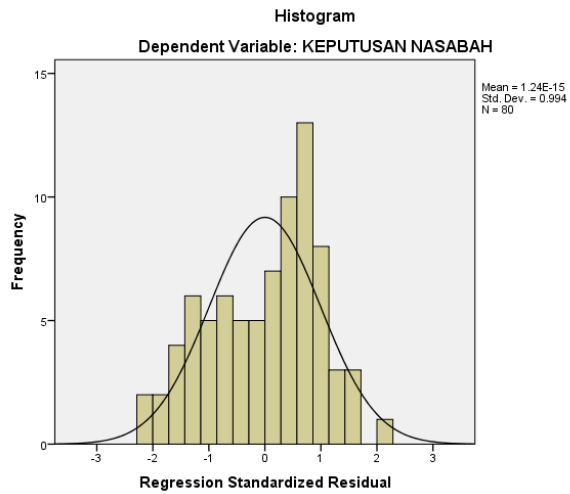
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan spss versi 20.

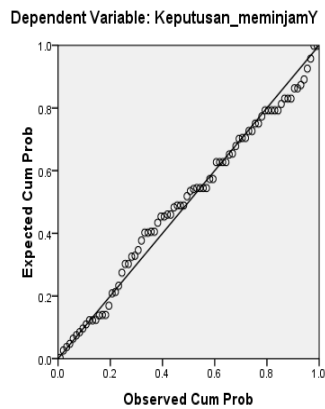
Hasil uji normalitas diatas terlihat bahwa nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0,272 > 0,05$ oleh sebab itu dapat ditolak. Hal itu berarti nilai residual terstandarisasi dinyatakan menyebar secara normal.

Gambar 4.2
Hasil Uji Data Normalitas



Gambar 4.3
P-Plot Uji Data Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dengan melihat grafik histogram maupun grafik normal plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan pada grafik *normal probability plot* terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis normal atau *normal probability plots*, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.14

Hasil Uji Heteroskedastisitaas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.992	2.898		2.413	.018
¹ PelayananSimpananUmrah	-.079	.068	-.131	1.165	.247

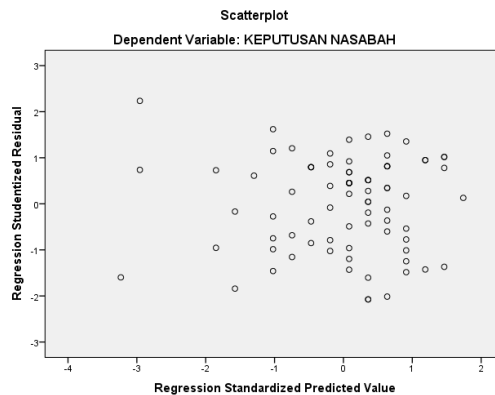
a. Dependent Variable: abs_res

Dengan metode glejser pada tabel 4.13, dilihat bahwa nilai signifikan variabel pengetahuan tentang pelayanan simpanan umrah (X) terhadap absolut residual mempunyai nilai sebesar $0,247 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui tidak adanya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas, maka dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada gambar *Scatterplot*, dengan dasar analisis sebagai berikut:

Gambar 4.4

P- Plot Heteroskedastisitas



Dari pengelolaan data dengan menggunakan SPSS diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada dalam gambar (scatterplot) model regresi yang digunakan dalam penelitian menunjukkan secara acak dan menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heterokedastitas pada model regresi.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 4.15

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.528 ^a	.279	.270	4.278	1.466

a. Predictors: (Constant), simpanan umroh

b. Dependent Variable: keputusan nasabah

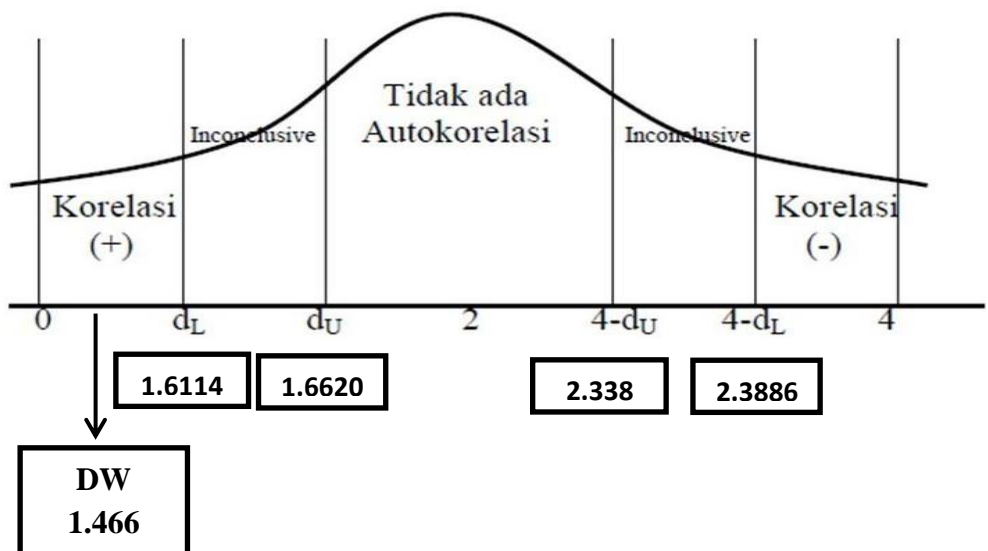
Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan spss versi 20.

Dari hasil olah data diatas, ditemukan durbin-watson test = 1.466 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel DW menggunakan nilai signifikan

5% dengan jumlah sampel sebanyak 80. Menghasilkan nilai d_U sebesar 1.6620 dan d_L sebesar 1.6114. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat autokorelasi. Dengan hasil ini dapat di gambarkan melalui gambar 4.4 hasil pengujian.

Gambar 4.5

Statistik Durbin Watson I



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Untuk mengatasi masalah tersebut dapat menggunakan uji *durbin watson* dengan *cochrant orcutt* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji Autokorelasi II

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.553 ^a	.306	.297	4.14690	2.020

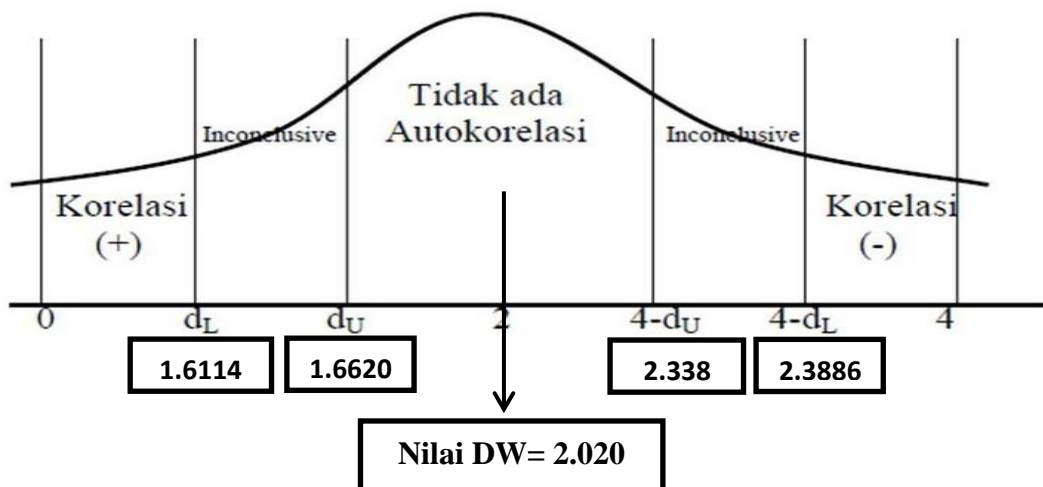
a. Predictors: (Constant), lag_x

b. Dependent Variable: lag_y

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan spss versi 20.

Gambar 4.6

Statistik Durbin Watson II



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dari hasil olah data diatas, ditemukan durbin-watson test = 2.020 nilai ini akan dibandingkan

dengan nilai tabel DW menggunakan nilai signifikan 5% dengan jumlah sampel sebanyak 80. Menghasilkan nilai dU sebesar 1.6620 dan dL sebesar 1.6114. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat autokorelasi.

4. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.17

Hasil Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.949	4.034		1.475	.144
	lag_x	.745	.128	.553	5.830	.000

a. Dependent Variable: lag_y

Data Primer yang diolah menggunakan SPSS versi 20.

Dari tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana yaitu $Y = 5,949 + 0,745X$ dengan persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan:

- a. Konstanta 5,949 sebesar, mempunyai arti bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel Pelayanan Simpanan Umrah (X) terhadap Keputusan Nasabah (Y) karena $\text{sig} > 0,05$ yaitu 0,144.
- b. Koefisien regresi variabel Pelayanan Simpanan Umrah (X) bernilai 0,745, artinya bahwa variabel Pelayanan Simpanan Umrah (X) berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Nasabah (Y) karena $\text{sig} < 0,05$ yaitu 0,000.

5. Uji Hipotesis

- a. Uji T

Tabel 4.18

Hasil Uji T

Coefficients^a

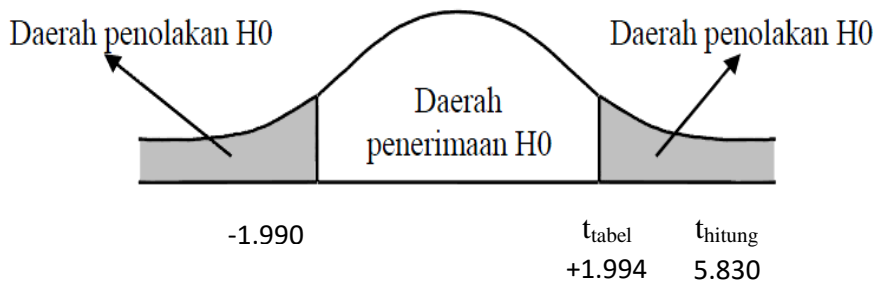
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.949	4.034		1.475	.144
lag_x	.745	.128	.553	5.830	.000

a. Dependent Variable: lag_y

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS versi 20.

Pada analisa dengan menggunakan SPSS 20 terlihat $t_{hitung} 5,830$ dengan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 95\% = 5\% = 0,05$. Dan derajat kebebasan (df) = $80-1-1 = 78$, maka diketahui $t_{tabel} = 1.994$.

Gambar 4.7
Daerah Penolakan dan Penerimaan



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 4.17 dan gambar 4.6 diatas, distribusi hasil pengujian secara parsial (uji t) terhadap variabel Pelayanan Simpanan Umrah dengan hasil yang di dapat dari output SPSSVersi 20 menunjukkan $t_{hitung} 5.830 > 1.994$ dan nilai signifikasi lebih kecil dari $0,05$ maka dapat di simpulkan bahwa H_0 ditolak dan

Ha diterima yang berarti hal ini menyatakan bahwa Pelayanan Simpanana Umrah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar $(5.830 > 1.994)$ hal ini menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa adanya dampak yang signifikan antara Pelayanan Simpanan Umrah Terhadap Keputusan Nasabah.

b. Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi digunakan untuk melihat kekuatan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. berdasarkan pengujian koefisien korelasi dengan SPSS, didapatkan output sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary^b

Mo del	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.553 ^a	.306	.297	4.14690	2.020

a. Predictors: (Constant), lag_x

b. Dependent Variable: lag_y

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan spss versi 20.

Berdasarkan analisis koefisien korelasi $R = 0,553$ menyatakan bahwa kekuatan hubungan variabel dependen. Pelayanan Simpanan Umrah terhadap Keputusan Nasabah sebesar 55,3% yang berarti bahwa Pelayanan Simpanan Umrah memiliki hubungan sedang terhadap Keputusan Nasabah. Sedang berarti memiliki hubungan ditengah-tengan antara kuat dan lemah, yang menjadikan hubungan kuat dalam hubungan antara pelayanan simpanan umrah dengan keputusan nasabah adalah pelayanan yang menggunakan pendekatan kekeluargaan, jadi nasabah yang menyimpan merasa sangat terangkul. Adapun yang menjadikan hubungan pelayanan simpanan

umroh itu lemah yakni tidak adanya *Costumer Service* dan kurangnya sumber daya manusia.

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel devenden. Berdasarkan pengujian koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS didapatkan output sebagai berikut:

Tabel 4.20

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Mo del	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.553 ^a	.306	.297	4.14690	2.020

a. Predictors: (Constant), lag_x

b. Dependent Variable: lag_y

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan spss versi 20.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,306 artinya 30,6% perubahan variabel Keputusan Nasabah dipengaruhi oleh variabel Pelayanan Simpanan Umrahdan artinya (100% -

30,6% = 69,4%) dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan kata lain Pelayanan Simpanan Umrah memberikan pengaruh 30,6% terhadap Keputusan Nasabah.

6. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Simpanan Umrah Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan Di PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel)” menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,830 sedangkan pada nilai t_{tabel} 1.994 yang di dapat dari tabel distribusi t dicari pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Oleh karena itu nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,830 > 1.994$. maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya Pelayanan Simpanan Umrah berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

Hubungan antara Pelayanan Simpanan Umrah dengan Keputusan Nasabah sebesar 0,306 atau 30,6% sedangkan sisanya 69,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya Pelayanan Simpanan Umrah berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

Dengan demikian hasil analisis dari perhitungan statistik menggunakan pengujian (regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi, uji determinasi, dan uji hipotesis) menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen (pelayanan simpanan umrah) terhadap variabel dependen (keputusan nasabah).

Sedangkan berdasarkan fakta yang penulis teliti bahwasannya pelayanan simpanan umroh tidak berpengaruh. Hal tersebut di buktikan dengan banyaknya nasabah yang menyimpan di Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) dengan jumlah nasabah Tahun 2016 sebanyak 98 orang, Tahun 2017 sebanyak 120 orang, Tahun 2018 sebanyak 113 orang dan Tahun 2019 sebanyak 50 orang, total

keseluruhan banyaknya nasabah dari tahun 2016-2019 yaitu 381 orang. Banyaknya nasabah tiap tahun meskipun tidak adanya customer service dikarenakan PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) mempunyai banyak agen marketing di beberapa daerah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Simpanan Umrah Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menyimpan Di Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas” dapat disimpulkan:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai yang di peroleh $t_{hitung} = 5,830$ dan $t_{tabel} = 1,994$, dapat disimpulkan bahwa Pelayanan Simpanan Umrah berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah. Sedangkan berdasarkan fakta yang penulis teliti bahwasannya pelayanan simpanan umroh tidak berpengaruh. Hal tersebut di buktikan dengan banyaknya nasabah yang menyimpan di Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) dengan jumlah nasabah Tahun 2016 sebanyak 98 orang, Tahun 2017 sebanyak 120 orang, Tahun 2018

sebanyak 113 orang dan Tahun 2019 sebanyak 50 orang, total keseluruhan banyaknya nasabah dari Tahun 2016-2019 yaitu 381 orang. Hal tersebut disebabkan Koperasi Madinah PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) mempunyai banyak agen marketing di beberapa daerah.

2. Terdapat hubungan yang sedang antara Pelayanan Simpanan Umrah (X) dengan Keputusan Nasabah (Y) dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,553 atau 55,3% dan hasil analisis koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,306 atau 30,6%. Sedangkan sisanya $100\% - 30,6\% = 69,4\%$ dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dapat disebutkan oleh penulis.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat mengajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas agar memberikan pelayanan simpanan umrah yang berkualitas kepada para nasabah. Sehingga dapat memberikan pengaruh positif kepada nasabah yang

kemudian menjadi bahan pertimbangan dalam keputusan dalam keputusan nasabah untuk menyimpan di PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas. Selain itu memberikan pelayanan yang berkualitas adalah salah satu upaya untuk merawat nasabah agar terciptanya sikap loyalitas dari nasabah untuk tetap menggunakan jasa simpanan umrah di PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas.

2. Manajemen PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel) Ciracas agar dapat mengevaluasi kinerja karyawannya dalam hal pelayanan. Sehingga kedepannya dapat menghasilkan proyeksi yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007).
- Azwa, Sarifudin, *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Daryanto, dkk. *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Cetakan I, Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Tejemahannya*, Cetakan ke 7, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2014.
- Hafidudin, Didin, dkk, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Inpress, 2003.
- Hasan , M. Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1(statistik deskriptif)*, Edisi Kedua, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003.
- Hasibuan, Malayu S.P, *Dasar-dasar Perbankan*.Jakarta: PT Bumi Aksara, 2001.
- Irianto, Agus, *Statistik: Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004.
- Ismail, Habib, dkk, *Implementasi Simpanan Umroh Implementasi Simpanan Umroh Dengan Akad Wadi'ah (Studi di BMT El-Mentari Putra Rumbia Lampung Tengah Tahun 2017)*, Jurnal Artikel KHOZANA, Vol. 1, No. 1, Januari 2018, Institut Agama Islam Ma'arif NU (IAIMNU).
- Ismaya, Sujana, *Kamus Perbankan*, Bandung: Pustaka Grafika, 2006.
- Kartajaya, Hermawan, dkk, *Syariah Marketing*, Bandung : Mizan, 2006.

- Kustandi, M. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Wisatawan Arung Jarem dalam Perspektif Ekonomi Islam, Rangkasbitung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Sultan Maulana Hasanudin Banten, 2016.
- Kotler, Philip, dkk, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip, dkk, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta: Prehalindo, 2000.
- Mansur, Yusuf, *Travel Guide Haji dan Umrah*, Cetakan 1, Bandung: Salamadani Pustaka Semesta, 2010.
- Nachrowi, Djalal Nachrowi, dkk., *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006.
- Nafi, Moh., *Haji dan Umrah Sebuah Cermin Hidup*, Jogja: Erlangga, 2015.
- Poly Endrayanto, Wiratna Sujarweni, *Statistik Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Priyanto, Duwi, *Paham Analisis Data dengan SPSS*, Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- PT. Global Energy Multazam (Tours & Travel), *Selangkah Lebih Dekat Menuju Baitullah*.
- Rozak, Abdul, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Gadai (Studi Pada Pegadaian Syariah Cabang Cikarang), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Suktan Maulana Hasanudin Banten, 2016.
- Schiffman, Leon, dkk, *Perrilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, Jakarta: Indeks, 2004.

- Sentana, Aso, *Sketsa Manajemen dan Perbankan Setangkai Bungan Buat Mela, Kunci-kunci Meniti Karir*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2002.
- Sinambela, Lijian Poltak, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Subianto, Achmad, *Menata Kembali Manajemen Haji Indonesia*, Jakarta: YAKAMUS dan Gibon Books, 2006.
- Sugiarto, dkk, *Teknik Sampling*, Jakarta: PT. Gramedia PustakaUtama, 2001.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta, Cetakan Keenam, 2004.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suharyadi, dkk., *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*, Edisi 1 Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011.
- Sumarwan Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003.
- Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, Malang: Bantu Media, 2015.

Tjiptono, Fandy, *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: ANDI, 2008.

Pengertianahli.Id/2014/08/pengertian-pelayanan-apa-itu-pelayanan.html, Jam 13:59

[Https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pelayanan](https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pelayanan). Di Akses Pada Tanggal 24 Maret 2019. Pukul 21:45.

[Https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Simpanan](https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Simpanan), Di Akses Pada Tanggal 24 Maret 2019, Pukul 21:48.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.