

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Demografi

Wilayah Desa Haliau tergolong daerah yang subur untuk lahan pertanian dan perkebunan, terutama kebun karet dan merupakan salah satu sumber penghasilan daerah. Sampai sekarang desa ini bernama Desa Haliau memiliki 4 RT dan merupakan daerah wilayah Kecamatan Batu Benawa, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan.

Luas wilayah Desa Haliau 9,81 Km². Terdiri dari 4 (empat) Rukun Tetangga (RT). Adapun batas Desa Haliau dari sebelah utara berbatasan dengan Desa Kalibaru, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Baru, sebelah barat berbatasan dengan Desa Pagat dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Hantakan

Desa Haliau merupakan bagian dari daerah Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan dan jarak desa ke Kecamatan 1 km/10 menit, jarak desa ke Ibu Kota Kabupaten 7,5 km/30 menit, jarak ke Ibu Kota Provinsi 172,5 km/300 menit. Luas wilayah: 8,5 Km². Jumlah RT: 4 (empat). Jumlah RW: 3 (tiga)

Batas wilayah, yaitu: a. Utara: Desa Kalibaru, b. Selatan : Desa Baru, c. Barat: Desa Pagat, dan d. Timur: Desa Hantakan.

b. Keadaan Sosial

Desa Haliau mempunyai jumlah penduduk sebanyak 1.440 orang yang terdiri dari laki-laki 709 orang dan perempuan 684 dengan kepadatan penduduk 513,7 orang/Km dengan jumlah KK 455. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel II
Jumlah Penduduk

Penduduk	Jenis Kelamin	
	Laki-Laki	Perempuan
Penduduk Tahun ini	709	684
Pnduduk tahun lalu	711	695
Persentase perkembangan	-028%	-1,585

Tabel III
Jumlah Kepala Keluarga

Penduduk	Jenis Kelamin		Jumlah Penduduk KK
	KK Laki-Laki	KK perempuan	
KK Tahun ini	377 KK	78 KK	455 KK
KK tahun lalu	382 KK	81 KK	463 KK
Persentase perkembangan	-028%	-1,585	

c. Rasio Pendidikan dan Kesehatan

1) Rasio Murid dan Guru

1) Taman Kanak-Kanak : 51 : 5

2) Sekolah Dasar/Sederajat : 120 : 11

- 3) SMP/Sederajat : 65 : 1
 - 4) SMA/Sederajat : 35 : 0
 - 5) Perguruan Tinggi : -
- 2) Tenaga Kesehatan
- 1) Dokter Umum : 0
 - 2) Dokter Spesialis : 0
 - 3) Bidan : 2
 - 4) Mantri Kesehatan : 0
 - 5) Perawat : 0

d. Mata Pencaharian

- 1) Karyawan
 - a) PNS : 27 orang
 - b) TNI/POLRI : 3 orang
 - c) BUMN : 27 orang
- 2) Wiraswasta/Pedagang : 28 orang
- 3) Petani : 450
- 4) Buruh Tani : 145
- 5) Nelayan : 0
- 6) Peternak : 10 orang
- 7) Jasa : 11 orang
- 8) Pengrajin : 8 orang
- 9) Pekerja Seni : 0 orang
- 10) Pensiunan : 28 orang
- 11) Lainnya : 15 orang
- 12) Pengangguran : 0 orang

e. Tingkat Pendidikan

Untuk mendukung lancarnya pendidikan masyarakat, di Desa Haliau telah berdiri, Perpustakaan Desa, TK, TPA, PAUD dan SD, dengan dilengkapi beberapa tenaga pengajar baik tenaga honorer maupun PNS. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

a. Lulusan Pendidikan Umum

- 1) Taman Kanak-Kanak : 89 orang
- 2) SD/Sederajat : 521 orang
- 3) SMP/Sederajat : 204 orang
- 4) SMA/Sederajat : 141 orang
- 5) D3 : 8 orang
- 6) S1 : 0 orang
- 7) S2 : 2 orang
- 8) S3 : 0 orang

b. Tidak Lulus dan Tidak sekolah

- 1) Tidak Lulus : 7 orang
- 2) Tidak Sekolah : 25 orang

f. Sarana dan Prasarana

a. Kantor Desa : 1 buah

b. Prasarana Kesehatan:

- 1) Puskesmas : 0 buah
- 2) Puskesmas Pembantu : 0 buah
- 3) Poliklinik : 0 buah
- 4) Posyandu dan Polindes : 0 buah

c. Prasarana Pendidikan:

- 1) Perpustakaan Desa : 1 buah

- 2) Gedung PAUD : 0 buah
- 3) Gedung Sekolah TK : 1 buah
- 4) Gedung Sekolah SD : 1 buah
- 5) Gedung Sekolah SMP : 0 buah
- 6) Gedung Sekolah SMA : 0 buah
- 7) Gedung Perguruan Tinggi : 0 buah

d. Prasarana Ibadah:

- 1) Mesjid : 2 buah
- 2) Musholla : 2 buah
- 3) Gereja : 0 buah

g. Visi Dan Misi

Visi Desa Haliau Kecamatan Batu Benawa adalah “Bersatu Menuju Pembangunan yang Sejahtera”. Sedangkan misinya adalah “Berupaya meningkatkan kualitas dan profesionalisme aparatur pemerintah desa sesuai bidang dan fungsinya masing-masing.

- 1) Merawat, mempertahankan dan mengembangkan hasil yang telah ada.
- 2) Melanjutkan program kerja masa lalu (pemerintah desa sebelumnya) dengan teliti, ditinjau dan dikaji ulang kembali.
- 3) Membangun fisik dan non-fisik sesuai kebutuhan dan keinginan masyarakat dengan kemampuan yang ada , dengan memberdayakan LPMD melalui musyawarah mufakat dengan semangat gotong royong.
- 4) Meningkatkan pembinaan, pengawasan, transparansi dan akuntabilitas pemerintah desa.

h. Kondisi Pemerintahan Desa

- a. Klasifikasi Desa /Kelurahan : Swakarya
- b. Kategori Desa/Kelurahan : Mula
- c. Komoditas Unggulan Berdasarkan Luas Tanam :Padi Sawah
- d. Komoditas Unggulan Berdasarkan Nilai Ekonomi : Tidak ada
- e. Luas Wilayah
 - 1) Lahan Sawah : 513,70 Ha
 - 2) Lahan Ladang : 129 Ha
 - 3) Lahan Perkebunan : 18 Ha
 - 4) Hutan : 60 Ha
 - 5) Waduk/Danau : -
 - 6) Lahan Lainnya : 316 Ha
- f. Luas Tanah Kas Desa : 1 Ha
- g. Orbitrasi (Jarak dari Pusat Pemerintahan)
 - 1) Jarak dari Pusat Pemerintah Kecamatan : 1 Km
 - 2) Jarak dari Pusat Pemerintah Kota : 9 Km
 - 3) Jarak dari ibu Kota : 176 Km

2. Deskripsi Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Data responden berdasarkan jenis kelamin terdapat pada tabel IV berikut:

Tabel IV
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
Laki-Laki	18 orang	45%
Perempuan	22 orang	55%
Total	40 orang	100%

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Dari data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel di atas, jumlah responden tertinggi adalah responden dengan jenis kelamin Perempuan sebesar 22 orang. Sedangkan jumlah responden terendah adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 18 orang.

b. Usia Responden

Data responden berdasarkan usia terdapat pada tabel V berikut:

Tabel V
Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persen
15-25 tahun	10 orang	25 %
26-35 tahun	22 orang	55 %
36-45 tahun	7 orang	17,5 %
45> tahun	1 orang	2,5 %
Total	40 orang	100%

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Dari data karakteristik responden berdasarkan kelompok usia pada tabel di atas, jumlah responden tertinggi adalah responden berusia kisaran 26-35 tahun

sebesar 22 orang atau 55 %. Sedangkan jumlah responden terendah adalah responden dengan kisaran usia 45 tahun lebih, yaitu sebesar 1 orang atau 2,5 %.

3. Deskripsi Data Variabel

a. Data Variabel Pengetahuan

Deskripsi jawaban responden tentang variabel pengetahuan dalam kuesioner yang disebarakan pada responden. Variasi jawaban responden untuk variabel Pengetahuan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel VI
Tanggapan Responden Pengetahuan (X1)

Item Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya mengetahui jenis dan macam produk yang ditawarkan beragam	0	0	0	0	1	2.5	25	62.5	14	35.0	4.3250
Saya mengetahui sistem yang digunakan bank syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah	0	0	0	0	0	0	19	47.5	21	52.5	4.5250
Saya mengetahui manfaat dari produk- produk yang ditawarkan bank syariah	0	0	0	0	4	10.0	27	67.5	9	22.5	4.1250

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Pengetahuan dalam penelitian ini adalah variabel bebas X1. Pengetahuan merupakan keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya dimana seseorang bekerja, metode kerjanya serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun kelompok. Pada variabel pengetahuan yang memperoleh jawaban tertinggi pada pertanyaan saya mengetahui sistem yang digunakan bank syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dengan rata-rata 4,52, sedangkan jawaban terendah pada pertanyaan saya mengetahui manfaat dari produk- produk yang ditawarkan bank syariah dengan rata-rata sebesar 4,12.

b. Data Variabel Promosi

Deskripsi jawaban responden tentang variabel promosi dalam kuesioner yang disebarkan pada responden. Variasi jawaban responden untuk variabel Promosi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel VII
Tanggapan Responden Mengenai Promosi (X2)

Item Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Iklan brosur dan spanduk menarik	0	0	0	0	7	17.5	28	70.0	5	12.5	3.9500
Karyawan bank syariah datang ketempat saya untuk melakukan penawaran langsung	0	0	0	0	6	15.0	29	72.5	5	12.5	3.9750
Karyawan bank syariah melakukan	0	0	1	2.5	6	15.0	25	62.5	8	20.0	4.0000

promo dengan hadiah menarik											
Adanya sumbangan untuk kegiatan amal secara otomatis dari bagi hasil yang didapatkan	0	0	1	2.5	16	40.0	13	32.5	10	25.0	3.80 00

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Promosi dalam penelitian ini adalah variabel bebas X2. Promosi adalah seperangkat perilaku, perasaan, dan kerangka psikologis yang terinternalisasi sangat mendalam dan dimiliki bersama oleh anggota organisasi. Pada variabel promosi yang memperoleh jawaban tertinggi pada pertanyaan karyawan bank syariah melakukan promosi dengan hadiah menarik dengan rata-rata 4,00, sedangkan jawaban terendah pada pertanyaan adanya sumbangan untuk kegiatan amal secara otomatis dari bagi hasil yang didapatkan dengan rata-rata sebesar 3,80.

c. Data Variabel Lokasi

Deskripsi jawaban responden tentang variabel lokasi dalam kuesioner yang disebarkan pada responden. Variasi jawaban responden untuk variabel Lokasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel VIII
Tanggapan Responden Mengenai Lokasi (X3)

Item Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Jaraknya lokasi dekat dengan perumahan masyarakat	0	0	1	2.5	5	12.5	26	65.0	8	20.0	4.0250
Lokasi mudah dijangkau oleh Masyarakat	0	0	1	2.5	15	37.5	14	35.0	10	25.0	3.8250
Lokasi terlihat jelas dari tepi jalan	0	0	0	0	3	7.5	25	62.5	12	30.0	4.2250

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Lokasi dalam penelitian ini adalah variabel bebas X3. Lokasi adalah seperangkat perilaku, perasaan, dan kerangka psikologis yang terinternalisasi sangat mendalam dan dimiliki bersama oleh anggota organisasi. Kajian lokasi bahwa ada empat prinsip integratif mengenai hubungan timbal balik antara lokasi dan efektifitas kerja organisasi. Pada variabel lokasi yang memperoleh jawaban tertinggi pada pertanyaan lokasi bank syariah terlihat jelas dari tepi jalan dengan rata-rata 4,22, sedangkan jawaban terendah pada pertanyaan Lokasi bank syariah mudah dijangkau oleh masyarakat dengan rata-rata sebesar 3,82.

d. Data Variabel Keputusan Masyarakat

Deskripsi jawaban responden tentang variabel keputusan masyarakat seperti yang terdapat dalam kuesioner yang sudah disebarkan kepada responden. Variasi jawaban responden untuk variabel keputusan masyarakat dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IX
Tanggapan Responden Keputusan Masyarakat (Y)

Item Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya menabung di bank syariah karena membutuhkan bank yang sesuai ajaran agama saya	0	0	0	0	7	17.5	27	67.5	6	15.0	3.9750
Saya mencari sebanyak mungkin informasi mengenai perbankan dan produk yang ditawarkan	0	0	0	0	6	15.0	28	70.0	6	15.0	4.0000
Saya membandingkan produk bank syariah dengan produk bank konvensional	0	0	1	2.5	5	12.5	26	65.0	8	20.0	4.0250
Saya memutuskan memilih menabung di bank syariah karena menguntungkan dan bebas dari riba	0	0	1	2.5	15	37.5	14	35.0	10	25.0	3.8250
Keputusan saya memilih bank syariah ternyata sesuai dengan yang saya harapkan	0	0	0	0	3	7.5	25	62.5	12	30.0	4.2250

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Keputusan Masyarakat dalam penelitian ini adalah variabel bebas Y. Kinerja hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang Karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Pada variabel Keputusan Masyarakat yang memperoleh jawaban tertinggi pada pertanyaan Keputusan saya memilih bank syariah ternyata sesuai dengan yang saya harapkan dengan rata-rata 4,22, sedangkan jawaban

terendah pada pertanyaan Saya memutuskan memilih menabung di bank syariah karena menguntungkan dan bebas dari riba rata-rata sebesar 3,82.

B. Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Jika r hitung lebih besar daripada r tabel maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Untuk lebih jelasnya mengenai uji data secara validitas dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel X
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Validitas		
		R	Sig	Ket
Pengetahuan (X ₁)	X1.1	0,793	0,000	Valid
	X1.2	0,792	0,000	Valid
	X1.3	0,769	0,000	Valid
Promosi (X ₂)	X2.1	0,744	0,000	Valid
	X2.2	0,659	0,000	Valid
	X2.3	0,770	0,000	Valid
	X2.4	0,794	0,000	Valid
Lokasi (X ₃)	X3.1	0,733	0,000	Valid
	X3.2	0,881	0,000	Valid
	X3.3	0,714	0,006	Valid
Keputusan Masyarakat (Y)	Y1	0,731	0,000	Valid
	Y2	0,595	0,000	Valid
	Y3	0,724	0,000	Valid
	Y4	0,814	0,000	Valid
	Y5	0,583	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan valid karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

b) Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan Cronbach's Alpha > 0,60. Untuk lebih jelasnya mengenai nilai Cronbach's Alpha dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel XI
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliability
Pengetahuan (X ₁)	0,685	Reliabel
Promosi (X ₂)	0,717	Reliabel
Lokasi (X ₃)	0,674	Reliabel
Keputusan Masyarakat (Y)	0,728	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah (2021).

Dari hasil uji reliabilitas terhadap kuesioner yang disebarkan, diperoleh hasil bahwa seluruh faktor atau butir adalah reliabel karena memiliki Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan uji kolmogorov smirnov. Dasar pengambilan keputusan dalam

uji kolmogorov smirnov adalah lebih besar dari 0,05 (bebas masalah uji normalitas) Untuk mengetahuinya dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Test dari hasil output SPSS tabel berikut :

Tabel XII
Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.56436599
	Absolute	.187
Most Extreme Differences	Positive	.187
	Negative	-.125
Kolmogorov-Smirnov Z		1.183
Asymp. Sig. (2-tailed)		.122

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Berdasarkan nilai signifikan yang ditunjukkan pada hasil *output* SPSS sebesar 0,122 dapat dinyatakan bahwa data adalah berdistribusi normal, karena memiliki nilai lebih besar dari taraf signifikan 0,05.

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi, dengan kriteria nilai VIF tidak lebih besar dari 10. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel XIII
Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	Variance Inflation Factor
Pengetahuan (X ₁)	.736	1.359
Promosi (X ₂)	.287	3.482
Lokasi (X ₃)	.258	3.873

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas. Karena semua pertimbangan dan syarat-syarat penelitian uji multikolinearitas sudah terpenuhi, dengan nilai VIF tidak lebih besar dari 10

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya, metode pengujian yang digunakan adalah dengan metode Uji Glejser dan melihat grafik scatterplot . Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi, sedangkan grafik scatterplot yaitu dengan membuat grafik plot nilai predeksi variabel dependen terstandarisasi (*ZPRED*) dengan Residu standar (*SRESID*). Ada tidaknya pola tertentu pada grafik plot *SRESID* dengan *ZPRED*. Adapun hasil *output* uji Glejser pada tabel berikut :

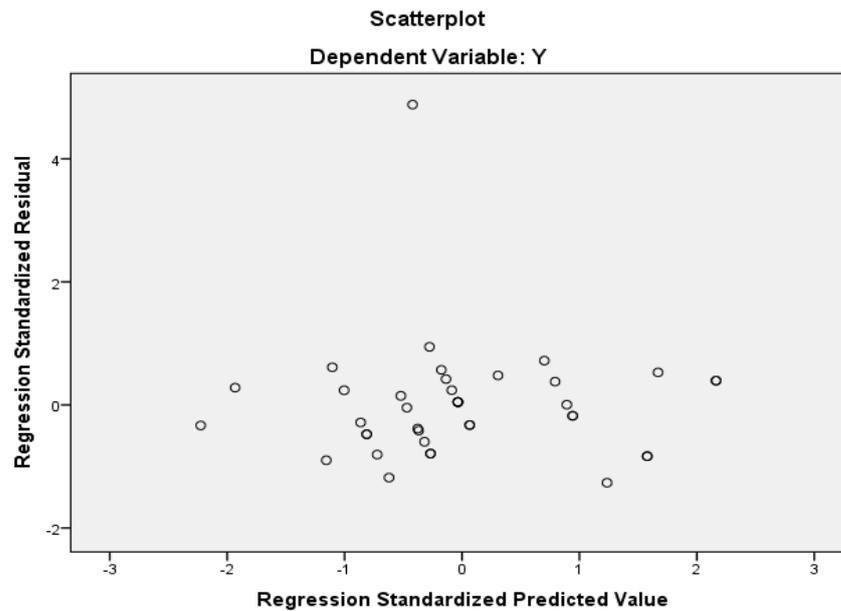
Tabel XIV
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Pengetahuan (X_1)	0.160	Tidak ada gejala
Promosi (X_2)	0.069	Tidak ada gejala
Lokasi (X_3)	0.247	Tidak ada gejala

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 memiliki nilai signifikan lebih besar 0,05, sehingga faktor tersebut memenuhi syarat dan dinyatakan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Scatterplot Dependen Variable: Keputusan Nasabah



Sumber: Hasil SPSS 21 *for windows*

Berdasarkan hasil gambar di atas dapat dilihat bahwa titik tersebut secara acak tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Hasil Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil *output* dari SPSS 21 terhadap data skor yang telah dibuat berdasarkan jawaban responden dari kuesioner yang telah dibagikan, kemudian dirangkum sebagaimana terlihat pada tabel berikut :

Tabel XV
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.790	1.058		.747	.460
X1	.219	.088	.122	2.502	.017
X2	.639	.089	.557	7.143	.000
X3	.527	.113	.383	4.664	.000

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Secara matematis model fungsi regresi linear berganda dapat dinyatakan sebagai berikut : $Y = 0,790 + 0,219 X_1 + 0,639 X_2 + 0,527 X_3$

Interpretasi persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Peningkatan terhadap variabel pengetahuan (X_1) 0,219 adalah positif, yang berarti bahwa adanya hubungan searah antara variabel bebas dan variabel terikat, semakin meningkat nilai pada pengetahuan, maka hubungan keputusan masyarakat juga akan meningkat sebesar 0,219.
- b. Peningkatan terhadap variabel promosi (X_2) 0,639 adalah positif, yang berarti bahwa adanya hubungan searah antara variabel bebas dan variabel terikat, semakin meningkat nilai pada promosi, maka hubungan keputusan masyarakat juga akan meningkat sebesar 0,639.
- c. Peningkatan terhadap variabel lokasi (X_3) 0,527 adalah positif, yang berarti bahwa adanya hubungan searah antara variabel bebas dan variabel terikat, semakin meningkat nilai pada promosi, maka hubungan keputusan masyarakat juga akan meningkat sebesar 0,527.

b) Uji-F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen atau terikat. Hasil nilai signifikansi pengujian sebagai berikut :

Tabel XVI
Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	185.478	3	61.826	179.179	.000 ^b
Residual	12.422	36	.345		
Total	197.900	39			

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Dilihat dari tabel XVI nilai F_{hitung} adalah sebesar 179,179 nilai tersebut lebih besar dari F_{tabel} yaitu ($179,179 > 2,86$). Sementara nilai sig. Yang diperoleh adalah 0,000, nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan ($\alpha = 5\%$ atau 0,05). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti variabel bebas (X) yang terdiri dari pengetahuan, promosi, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah menabung di bank syariah.

c) Uji-t

Uji t Digunakan untuk menghitung signifikansi pengaruh secara parsial atau dari masing-masing variabel X terhadap Y. Hasil nilai signifikansi pengujian (Sig.t) sebagai berikut:

Tabel XVII
Hasil Uji-t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.790	1.058		.747	.460
1 X1	.219	.088	.122	2.502	.017
X2	.639	.089	.557	7.143	.000
X3	.527	.113	.383	4.664	.000

Sumber: Data Primer diolah (2021)

a) Pengujian hipotesis variabel pengetahuan X1

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel pengetahuan X1 sebesar 2,502 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,684. Sementara nilai signifikan yang diperoleh adalah 0,017, nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan ($\alpha = 5\%$ atau 0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan masyarakat.

b) Pengujian hipotesis variabel promosi X2

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel promosi X2 sebesar 7,143 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,684. Sementara nilai signifikan yang diperoleh adalah 0,000, nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan ($\alpha = 5\%$ atau 0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel

promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan masyarakat.

c) Pengujian hipotesis variabel lokasi X3

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel lokasi X3 sebesar 4,664 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,684. Sementara nilai signifikan yang diperoleh adalah 0,000, nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan ($\alpha = 5\%$ atau 0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan masyarakat.

d) Uji Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan suatu model penelitian dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang ada. Dengan demikian akan diketahui seberapa besar variabel dependen dapat diterangkan oleh variabel independen yang ada. Berikut tabel untuk memprediksi variasi dependen.

Tabel XVII
Tabulasi interpretasi nilai R

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,800 – 1,000	Sangat Kuat
2	0,600 – 0,799	Kuat
3	0,400 – 0,599	Sedang
4	0,200 – 0,399	Rendah

5	0,000 – 0,199	Sangat Rendah
---	---------------	---------------

Sumber : Sugiyono (2005)

Tabel XVIII
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.968 ^a	.937	.932	.58741

Sumber : Data Diolah Penulis 2021

Tabel model summary terlihat nilai Nilai R Square dengan nilai sebesar 0,937, adalah koefisien korelasi yang menunjukkan tingkat hubungan antara variabel X1, X2, X3 terhadap variable Y sebesar 93,7%. Nilai korelasi tersebut menunjukkan tingkat hubungan sedang karena berada di antara 0,800 sampai dengan 1,000. Artinya model penelitian mampu menjelaskan dari perubahan Keputusan Masyarakat sebesar 93,7%. Sedangkan sisanya (100% -93,7% = 6,3%) dijelaskan oleh faktor lain.

4. Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Lokasi Secara Simultan Terhadap Keputusan Masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil pengujian, didapat tingkat signifikansi nilai sig. 0.000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan variabel pengetahuan, promosi, dan lokasi berpengaruh signifikan secara serempak atau secara simultan terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah menabung di bank syariah. Sehingga semakin tingginya pengetahuan, promosi, dan lokasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan maka akan semakin besar pula tingkat keputusan menabung masyarakat.

Nilai R Square dengan nilai sebesar 0,937, adalah koefisien korelasi yang menunjukkan tingkat hubungan antara variabel pengetahuan, promosi, dan lokasi terhadap variabel keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah menabung di bank syariah sebesar 93,7%. Nilai korelasi tersebut menunjukkan tingkat hubungan sedang. Artinya model penelitian mampu menjelaskan dari perubahan keputusan masyarakat sebesar 93,7%. Sedangkan sisanya ($100\% - 93,7\% = 6,3\%$) dijelaskan oleh faktor lain.

5. Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lokasi Ber Secara Parsial Terhadap Keputusan Masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil pengujian variabel pengetahuan didapatkan nilai sig. = 0.017 lebih kecil dari 0,05, yang artinya secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah menabung di Bank Syariah. Sehingga semakin tingginya Pengetahuan yang dilakukan oleh suatu perusahaan maka akan semakin besar pula tingkat keputusan menabung masyarakat.

Hal ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam penggunaan produk penghimpun dana di bank syariah di tentukan dengan pengetahuan masyarakat itu sendiri dimana apabila masyarakat tidak memiliki pengetahuan yang baik tentang produk penghimpun dana maka masyarakat tidak dapat mengambil keputusan untuk mengambil keputusan dalam penggunaan produk tersebut. Tentunya pengetahuan akan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat.

Islam sangat menghargai sekali ilmu, Allah berfirman dalam banyak ayat Al-Quran supaya kaum muslimin memiliki ilmu pengetahuan. Al-Quran, hadis dan para sahabat menyatakan supaya mendalami ilmu pengetahuan, dalam Q.S. al-Mujadilah/58:11 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا
يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

“Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majlis”, Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”

Selain Al-Quran, Rasulullah Saw juga memerintahkan kaum Muslimin untuk menuntut ilmu, bahwa orang yang mempelajari ilmu, maka kedudukannya sama seperti seorang yang sedang berjihad di medan perjuangan. Dalam HR. Ibnu Majah dari Abu Hurairah.

مَنْ جَاءَ مَسْجِدِي هَذَا لَمْ يَأْتِهِ إِلَّا لِحَيْرٍ يَتَعَلَّمُهُ أَوْ يُعَلِّمُهُ فَهُوَ بِمَنْزِلَةِ الْمُجَاهِدِ فِي سَبِيلِ اللَّهِ

“Barangsiapa yang mendatangi masjidku ini, yang dia tidak mendatangnya kecuali untuk kebaikan yang akan dipelajarinya atau diajarkannya, maka kedudukannya sama dengan mujahid di jalan Allah. Dan siapa yang datang untuk maksud selain itu, maka kedudukannya sama dengan seseorang yang melihat barang perhiasan orang lain”

Berdasarkan hasil pengujian variabel promosi didapatkan nilai sig. = 0.000 lebih kecil dari 0,05, yang artinya secara parsial variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah menabung di bank syariah, sehingga semakin tinggi promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan maka akan semakin besar pula tingkat keputusan menabung masyarakat

Semakin tinggi promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan maka akan semakin besar pula tingkat keputusan menabung masyarakat. Melalui promosi masyarakat akan lebih memahami dan mengetahui secara luas apa saja produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah serta hukum yang melekat di setiap transaksinya. Hal ini menunjukkan bahwa promosi menjadi hal utama dalam pengambilan keputusan menabung masyarakat.

Promosi terhadap keputusan menabung masyarakat. Promosi yang merupakan komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, menakutkan. Dengan promosi yang mampu menakutkan konsumen untuk membeli maka keputusan menabung masyarakat akan semakin meningkat. Menurut (Kasmir, 2005: 154) promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan produk, harga dan lokasi, setiap kegiatan bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung.

Di dalam syariat Islam seseorang dibolehkan menyebutkan keistimewaan dan kelebihan yang ada pada dirinya ketika ada masalah besar yang mendorong hal tersebut. Misalnya untuk memperkenalkan diri kepada orang yang belum mengenalnya atau kemaslahatan lain yang sejenis. Di antaranya bisa lihat apa yang dikisahkan Allah dalam Al-Qur'an mengenai Nabi Yusuf –'alaihi salam- ketika beliau berkata kepada Raja. firman Allah swt. dalam Q.S. Yusuf/12:55 yang berbunyi:

قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْكُمْ

“dan yusuf berkeinginan dapat mendatangkan manfaat bagi para hamba dan menegakan keadilan di tengah mereka, sehingga dia berkata kepada sang raja,“ jadikanlah aku penanggung jawab perbendaharaan kekayaan mesir, seungguhnya aku seorang penjaga yang dapat dipercaya, berilmu lagi berpengetahuan tentang urusan yang aku pimpin”

Berdasarkan hasil pengujian variabel Lokasi didapatkan nilai sig. = 0.000 lebih kecil dari 0,05, yang artinya secara parsial variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Masyarakat Di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah Menabung Di Bank Syariah. Sehingga semakin baik dan strategis Lokasi oleh suatu perusahaan maka akan semakin besar pula tingkat keputusan menabung masyarakat.

Artinya dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi memiliki pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas penghimpunan dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan diraih, maka pada penelitian ini pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah menabung semakin menurun.

Menurut (Kasmir, 2005, hlm. 145), bank adalah tempat dimana diperjualbelikan produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikan nya suatu produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan.

Pemilihan lokasi yang baik adalah salah satu yang harus diperhatikan oleh wirausaha atau pedagang, agar usahanya dapat terlihat strategis dalam memperoleh pelanggan, sehingga terdapat beberapa pertimbangan yang akan dipikirkan untuk menentukan lokasi yang tepat. Pertimbangan yang akan dipikirkan untuk menentukan lokasi yang tepat. Penentuan lokasi tersebut harus

diperhatikan oleh pedagang karena tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab dari lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya, dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek di muka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak mencoba merusaknya.

Penentuan lokasi tersebut harus diperhatikan oleh pedagang karena tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab dari lingkungan sekitarnya, dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek di muka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak mencoba merusaknya. Kerusakan lingkungan, firman Allah swt. dalam Q.S. al-A'raf/7:56 yang berbunyi:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

“dan janganlah kalian melakukan perbuatan kerusakan di muka bumi dengan cara apapun dari macam-macam kerusakan, setelah Allah memperbaikinya dengan pengutusan para rasul dan memakmurkannya dengan amal ketaatan kepada Allah. Dan berdoalah kepada-Nya dengan keikhlasan doa baginya, dengan diiringi rasa takut terhadap siksaannya dan berharap pahalanya. Sesungguhnya rahmat Allah itu dekat kepada orang-orang yang berbuat baik”

Pemilihan lokasi dalam Islam merupakan dan menentukan hal yang baik perihal lokasi usaha yang dalam Islam dikenal dengan bahasa *al-makān* yang berarti tempat.