

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

Gambaran Umum Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

1. Sejarah Singkat Perusahaan

BTN Syariah merupakan *Strategic Business Unit* (SBU) dari BTN Konvensional. Bank ini menjalankan bisnisnya dengan prinsip syariah. Bank BTN Syariah mulai beroperasi pada tanggal 14 Februari 2005 yang ditandai dengan pembukaan Kantor Cabang Syariah pertama di Jakarta.

BTN Syariah pada kantor Layanan syariah di Banjarmasin merupakan cabang ke-15 dan yang pertama untuk wilayah Banjarmasin.

BTN Syariah focus pada produk perumahan dan memiliki tiga produk yaitu KPR BTN Sejahtera iB, KPR Platinium iB, dan KPr BTN *Indent* iB. Selain itu juga menyediakan beberapa produk tabungan syariah kepada masyarakat dengan system bagi hasil yang menguntungkan, seperti Tabungan BTN prima iB, juga produk Dana Seperti Giro BTN iB .

2. Perkembangan jaringan

Seperti halnya perusahaan lainnya, BTN Dyariah juga memiliki Visi dari BTN Syariah:

Sebagai Unit Usaha Syariah dari Bank BTN, saat ini BTN Syariah telah memiliki jaringan yang tersebar hamper di seluruh Indonesia dengan perincian:

- a. Kantor Cabang Syariah: 22 unit
- b. Kantor Cabang Pembantu: Syariah 21 unit
- c. Kantor Layanan Syariah: 240 unit

3. Visi dan Misi BTN Syariah

a. Visi

Seperti halnya perusahaan lainnya, BTN Dyariah juga memiliki Visi dari BTN Syariah:

“Menjadi *Strategic Business Unit* BTN yang sehat dan terkemuka dalam penyediaan jasa keuangan syariah dan mengutamakan kemaslahatan bersama”.

b. Misi

Agar visi yang dimiliki dapat tercapai, diperlukan Misi. Berikut Misi dari Bank BTN Syariah:

- 1) Mendukung pencapaian sasaran laba usaha BTN
- 2) Memberikan pelayanan jasa keuangan Syariah yang unggul dalam pembiayaan perumahan dan produk serta jasa keuangan Syariah terkait sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dan memperoleh pangsa pasar yang diharapkan.
- 3) Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariah sehingga dapat meningkatkan ketahanan BTN dalam

menghadapi perubahan lingkungan usaha serta meningkatkan *shareholders value*.

- 4) Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap *stakeholders* serta memberikan ketentraman pada karyawan dan nasabah.

4. Tujuan Pendirian

Adapun tuju dari pendirian Bank BTN Syariah ini adalah:

- a. Untuk memenuhi kebutuhan Bank dalam memberikan pelayanan jasa keuangan syariah .
- b. Mendukung pencapaian sasaran laba usaha Bank.
- c. Meningkatkan ketahan Bank dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha.
- d. Memberikan keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap nasabah dan pegawai.

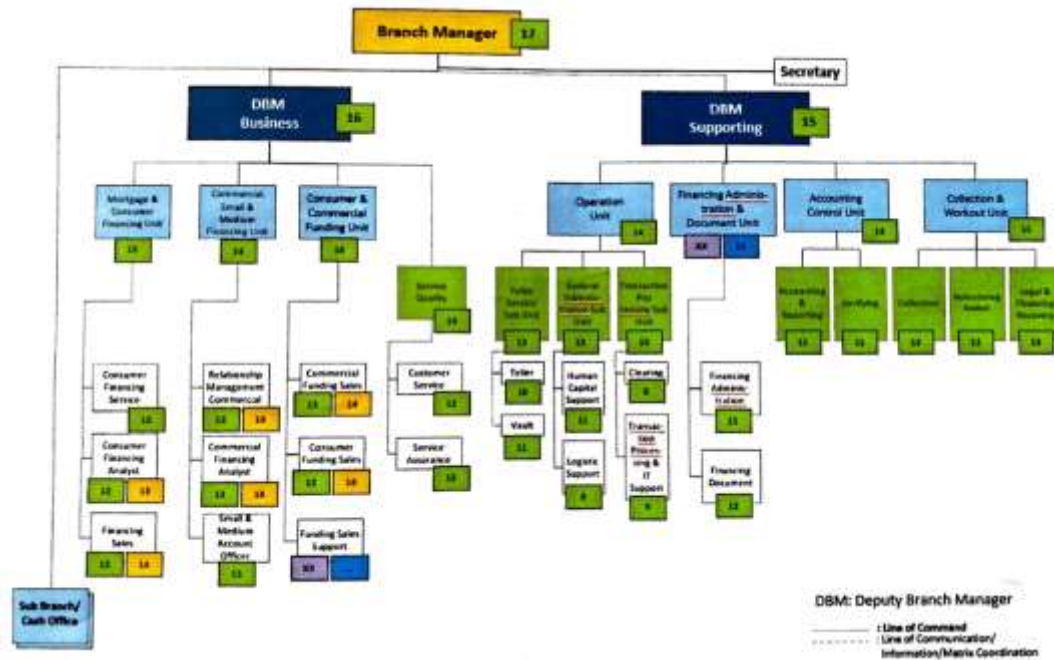
5. Budaya Kerja BTN Syariah

- a. Amanah
 - 1) Memenuhi janji dan komitmen
 - 2) Bertanggung jawab atas tugas, keputusan, dan tindakan yang dilakukan.
 - 3) Bepegang teguh kepada nilai moral dan etika.
- b. Kompeten
 - 1) Meningkatkan kompetensi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah.

- 2) Membantu orang lain belajar.
 - 3) Menyelesaikan tugas dengan kualitas terbaik.
- c. Harmonis
- 1) Menghargai setiap orang apapun latar belakangnya.
 - 2) Suka menolong orang lain.
 - 3) Membangun lingkungan kerja yang kondusif.
- d. Loyal
- 1) Menjaga nama baik sesama karyawan, pimpinan, BUMN, dan Negara.
 - 2) Rela Berkorban untuk mencapai tujuan yang lebih besar.
 - 3) Patuh kepada pimpinan sepanjang tidak bertentangan dengan hukum dan etika.
- e. Adaptif
- 1) Cepat menyesuaikan diri untuk menjadi lebih baik.
 - 2) Teru-menerus melakukan perbaikan mengikuti perkembangan teknologi
 - 3) Bertindak proaktif.
- f. Kolaboratif
- 1) Memberi kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi.
 - 2) Terbuka dalam bekerja sama untuk menghasilkan nilai tambah.
 - 3) Menggerakkan pemanfaatan berbagi sumber daya untuk tujuan bersama.

6. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi



Gambar 4. 1 Struktur Oragnisasi

7. Produk-produk Bank BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin

Berdasarkan pada bidangnya yaitu yang bergerak pada bidang usaha keuangan maka jenis-jennis produk yang ada di Bank BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin sebagai berikut:

a. Produk Dana

1) Tabungan BTN Batara iB

Definisi dari tabungan BTN Batara iB menurut para Bankir

BTN adalah “Produk simpanan dana berakad *Wadi'ah Yad*

Dhamanah (Titipan), bank dapat memberikan bonus yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah”.

2) Tabungan BTN Prima iB

Definisi dari tabungan BTN Prima iB menurut para Bankir BTN adalah “Produk simpanan dana berakad *Mudharabah Mutlaqah* (Investasi), bank memberikan bagi hasil yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah”.

3) Tabungan BTN Haji & Umroh iB

Definisi dari tabungan BTN Haji & Umroh iB menurut para Bankir BTN adalah “Tabungan untuk mewujudkan impian ibadah haji melalui program haji reguler dengan akad *Mudharabah Mutlaqah*, bank memberikan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif”.

4) Tabungan BTN Qurban iB

Definisi dari tabungan BTN Qurban menurut para Bankir BTN adalah “Tabungan untuk mewujudkan niat Ibadah qurban dengan akad *Mudharabah Mutlaqah*, bank memberikan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif”.

5) Tabungan BTN Emas iB

Definisi dari tabungan BTN Emas iB menurut para Bankir BTN adalah “Tabungan dengan akad *Mudharabah Mutlaqah* yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan/perencanaan nasabah di masa depan”.

6) Tabungan BTN SimPel iB

Definisi dari tabungan BTN SimPel menurut para Bankir BTN adalah “Tabungan dengan sekema untuk pelajar yang berfungsi sebagai media edukasi untuk mendorong budaya menabung sejak dini dengan akad *Wadi’ah Yad Dhamanah* (Titipan), bank dapat memberikan bonus yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah”.

7) TabungaKu iB

Definisi dari tabunganKu IB menurut para Bankir BTN adalah “Tabungan dengan akad *Wadi’ah Yad Dhamanah* (Titipan), bank dapat memberikan bonus yang menarik. Diterbitkan secara bersama-sama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat”.

8) Giro BTN iB

Definisi dari Giro BTN IB menurut para Bankir BTN adalah “Produk simpanan dengan prinsip *Wadiah* (titipan), bank dapat memberikan bonus yang menguntungkan bagi nasabah atas simpanannya guna memperlancar aktivitas bisnis”.

9) Giro BTN Prima iB

Definisi dari Giro BTN Prima IB menurut para Bankir BTN adalah “Produk simpanan dengan prinsip *Mudharabah Mutlaqah*, nasabah akan mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan guna memperlancar aktivitas bisnis”.

10) Deposito BTN iB

Definisi dari Deposito BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Produk investasi berjangka berdasarkan prinsip *Mudharabah Mutlaqah* (Investasi), bagi hasil yang kompotitif, Jangka waktu sangat fleksibel sesuai dengan kebutuhan”.

11) Deposito On Call BTN iB

Definisi dari Deposito On Call BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Produk investasi berjangka berdasarkan prinsip *Mudharabah Mutlaqah* (Investasi), bagi hasil yang kompotitif, Jangka waktu sangat fleksibel sesuai dengan kebutuhan”.

b. Produk Pembiayaan

1) KPR BTN Sejahtera iB

Definisi dari KPR BTN Sejahtera iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan kepada Nasabah perorangan yang tergolong Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dengan akad *Murabahah* (jual beli) dalam rangka pemilikan rumah atau rusun yang merupakan program pemerintah”.

2) KPR BTN Platinum iB

Definisi dari KPR BTN Platinum iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan kepada Nasabah perorangan dengan akad *Murabahah* (jual beli) dalam rangka pemilikan rumah, Ruko, rukan, rusun atau apartemen kondisi baru maupun second”.

3) KPR BTN Ident iB

Definisi dari KPR BTN Ident iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan kepada Nasabah perorangan dalam rangka kepemilikan rumah, Ruko, rukan, rusun atau apartemen dengan akad *Istishna*’ (Pesanan)”.

4) Pembiayaan Bangun Rumah BTN iB

Definisi dari Pembiayaan Bangun Rumah iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan kepada Nasabah perorangan dengan akad *Murabahah* (Jual beli) dalam rangka membangun atau merenovasi bangunan tempat tinggal”.

5) Pembiayaan Kendaraan Bermotor BTN iB

Definisi dari Pembiayaan Kendaraan Bermotor BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan kepada Nasabah perorangan dengan akad *Murabahah* (jual beli) dalam rangka kepemilikan kendaraan bermotor yang diperuntukan untuk kepentingan pribadi”.

6) Pembiayaan Multijasa BTN iB

Definisi dari Pembiayaan Multijasa BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan yang dapat digunakan untuk keperluan mendanai berbagai kebutuhan layanan jasa (Pendidikan, Kesehatan, Wisata, Haji Khusus atau Umroh Pernikahan) bagi nasabah. Pembiayaan ini menggunakan akad *Kafalah bil Ujroh*.

7) Pembiayaan Multimanfaat BTN iB

Definisi dari Pembiayaan Multimanfaat BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan bagi para pegawai dan pensiunan yang digunakan untuk keperluan pembelian berbagai jenis barang elektronik atau furniture dengan menggunakan akad *Murabahah* (Jual beli).

8) Pembiayaan Tunai Emas BTN iB

Definisi dari Pembiayaan Tunai Emas BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan dana nasabah dengan berdasarkan akad *Qardh* yang diberikan bank kepada nasabah berdasarkan kesepakatan dan disertai dengan Surat Gadai sebagai penyerahan Marhun (barang jaminan) untuk jaminan pengembalian seluruh atau sebagian hutang nasabah kepada bank (Murtahin)”.

9) Pembiayaan Emasku BTN iB

Definisi dari Pembiayaan Emasku BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan kepada Nasabah perorangan dengan akad *Murabahah* (jual beli) dalam rangka pemilikan emas lantakan (batangan) bersertifikat Antam”.

10) Pembiayaan Talangan Haji BTN iB

Definisi dari Pembiayaan Talangan Haji BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan Talangan Haji BTN iB adalah pembiayaan kepada Nasabah perorangan dengan akad

Qardh yang digunakan untuk pembayaran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH)”.

11) Pembiayaan Konstruksi BTN iB

Definisi dari Pembiayaan Konstruksi BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan dengan prinsip akad kerjasama (*Musyarakah*) yang diberikan kepada pengembang perumahan dan bisnis sejenis untuk menyediakan modal kerja guna membiayai konstruksi proyek perumahan yang meliputi bangunan atau rumah berikut infrastruktur terkait”.

12) Pembiayaan Investasi BTN iB

Definisi dari Pembiayaan Investasi BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan dana Nasabah yang menjalankan usaha produktif, guna pembelian/pengadaan barang-barang modal beserta jasa yang diperlukan untuk aktivitas usaha/investasi dan dilaksanakan dengan akad *Murabahah* (jual beli) atau *Mudharabah* (investasi)”.

13) Pembiayaan Modal Kerja BTN iB

Definisi dari Pembiayaan Modal Kerja BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan dana Nasabah yang menjalankan usaha produktif selain usaha pembangunan proyek perumahan dan dilaksanakan dengan akad *Mudharabah* (investasi)”.

c. Jasa dan Layanan

1) Kartu Debit BTN Syariah

Definisi dari Kartu Debit BTN Syariah menurut para Bankir BTN adalah “Fasilitas layanan kartu yang memberikan kemudahan bagi nasabah melalui ATM seperti tarik tunai dan transfer, dapat dilakukan di seluruh jaringan ATM Bank BTN, Link, ATM Bersama, Prima, Visa dan Plus serta berbelanja di toko-toko berlogo Visa di dalam dan luar negeri”

2) Kiriman Uang

Definisi dari Kiriman Uang menurut para Bankir BTN adalah “Fasilitas layanan pengiriman uang secara real time ke sesama Bank BTN dan BTN Syariah serta pengiriman uang ke Bank lain menggunakan fasilitas SKN, RTGS, Link, ATM Bersama dan Prima”

3) iCash Management System (iCMS)

Definisi dari iCash Management System (iCMS) menurut para Bankir BTN adalah “Layanan berbasis internet dengan menggunakan aplikasi browser yang berguna untuk membantu nasabah dalam mengelola kegiatan perbankan secara mandiri, efektif dan efisien”.

4) Payment Point BTN iB

Definisi dari Payment Point BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Fasilitas layanan bagi nasabah untuk memudahkan

dalam membayar tagihan rutin seperti tagihan telepon, telepon seluler, listrik, air dan pajak”.

5) Payroll BTN iB

Definisi dari Payroll BTN iB menurut para Bankir BTN adalah ”Layanan bagi perusahaan, lembaga atau perorangan dalam mengelola pembayaran gaji, THR, bonus dan kebutuhan finansial lainnya yang bersifat rutin bagi karyawan”.

6) Penerimaan Biaya Perjalanan Haji

Definisi dari Penerimaan Biaya Perjalanan Haji menurut para Bankir BTN adalah “Fasilitas yang memberikan kepastian dan kemudahan untuk mendapatkan porsi keberangkatan ibadah haji dengan sistem online dari SISKOHAT”.

7) Mobile Payment BTN iB

Definisi dari Mobile Payment BTN iB menurut para Bankir BTN adalah “Fasilitas layanan bagi nasabah lembaga sebagai pengguna jasa untuk penerima setoran (biaya pendidikan, iuran pengelolaan lingkungan perumahan, iuran pedagang pasar, simpanan / tagihan koperasi dan lainnya) melalui seluruh outlet/kantor bank, ATM, media elektronik dan delivery channel lainnya”

8) Program Pengembangan Operasional

Definisi dari Program Pengembangan Operasional menurut para Bankir BTN adalah “Fasilitas yang diberikan Bank dengan melakukan kerjasama untuk pemberian Program Pengembangan

Operasional berupa barang, jasa atau fasilitas lainnya yang dapat diberikan diawal maupun di akhir kerjasama yang nilainya dihitung seperti tambahan Jasa Giro maupun Nisbah/bagi hasil Deposito”.

B. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data para nasabah pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Berdasarkan pembagian kuesioner maka diperoleh karakteristik sebagai berikut.

1. Usia Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, karakteristik responden yang merupakan nasabah pembiayaan KPR Bank BTN KCS Banjarmasin berdasarkan usia dapat di lihat pada table 4.1 berikut ini.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responde Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	21-25	17	17
2.	26-30	31	31
3.	31-35	20	20

4.	36-40	20	20
5.	41-45	8	8
6.	46-50	4	4
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas diketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang berusia 21-25 sebesar 17 orang atau 17%, dengan usia 26-30 sebesar 31 orang atau 31%, selanjutnya pada usia 31-35 sebesar 20 orang atau 20%, dan pada usia 36-40 pun sebesar 20 orang atau 20%, kemudian yang berusia 41-45 sebesar 8 orang atau 8%, dengan usia 46-50 hanya sebesar 4 orang atau 4 %. Jadi sebagian besar nasabah pembiayaan KPR di Bank BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin yang menjadi responden dalam penelitian ini berusia 26-30 tahun atau 30%.

2. Pendidikan Terakhir

Berikut ini pendidikan terakhir nasabah Pembiayaan KPR Bank
BTN KCS Banjarmasin :

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	SD	1	1
2.	SMP	5	5
3.	SMA/Sederajat	38	38
4.	Diploma	9	9
5.	S1	46	46
6.	S2	1	1
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil Pengelohan Data Kuesioner, 2022

Berdasarkan data pada tabel 4.2 diatas dapat diketahui responden dalam penelitian ini dengan pendidikan SD hanya sebesar 1 orang atau 1%, dengan pendidikan SMP sebesar 5 orang atau 5%, dengan pendidikan SMA/ sederajat sebesar 38 orang atau 38%, kemudian untuk pendidikan Diploma sebesar 9 orang atau 9%, dan untuk pendidikan S1 sebesar 46 atau 46%, selanjutnya untuk pendidikan S2 hanya 1 orang atau 1%. Jadi dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan S1 yaitu 46 orang atau 46%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar nasabah pembiayaan KPR Bank BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin adalah

orang-orang yang memiliki latar belakang pendidikan S1 dari berbagai bidang keahlian.

3. Pekerjaan

Berikut ini diperoleh data dalam bentuk tabel karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan sebagai berikut.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	PNS	9	9
2.	Karyawan Swasta	63	63
3.	Karyawan BUMN/BUMD	7	7
4.	wiraswasta	9	9
5.	Lain-lain	12	12
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai karyawan swasta yaitu 63 orang atau 63%. Hal ini berarti sebagian besar nasabah pembiayaan KPR Bank BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin bersatus sebagai karyawan swasta yang merupakan pekerjaan yang mendapatkan penghasilan tetap

dan dapat memenuhi syarat melakukan pembiayaan KPR.

C. Analisis Data

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui validitas butir-butir pernyataan dari hasil kuesioner. Uji validitas ini menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. (Bachmid dkk., 2020)

Dalam penelitian ini dilakukan uji validitas yang operasionalnya menggunakan batuan aplikasi SPSS for window versi 18. Apabila memiliki nilai r hitung lebih besar disbanding dengan r tabel maka item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Uji validitas dalam penelitian ini r tabel yang ditentukan adalah sebesar 0,1966.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga (X_1)	X1.1	0.802	0.1966	Valid
	X1.2	0.703	0.1966	Valid
	X1.3	0.479	0.1966	Valid
	X1.4	0.739	0.1966	Valid
	X2.1	0.709	0.1966	Valid

Kualitas Pelayanan (X ₂)	X _{2.2}	0.697	0.1966	Valid
	X _{2.3}	0.669	0.1966	Valid
	X _{2.4}	0.592	0.1966	Valid
	X _{2.5}	0.499	0.1966	Valid
Promosi (X ₃)	X _{3.1}	0.839	0.1966	Valid
	X _{3.2}	0.851	0.1966	Valid
	X _{3.3}	0.885	0.1966	Valid
	X _{3.4}	0.842	0.1966	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	Y1	0.506	0.1966	Valid
	Y2	0.671	0.1966	Valid
	Y3	0.704	0.1966	Valid
	Y4	0.748	0.1966	Valid
	Y5	0.518	0.1966	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 18 (2022)

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas, dapat diketahui semua item pernyataan variabel bisa dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ seperti yang di syatkan.

b. Hasil Uji Realiabilitas

Alpha Dalam penelitian ini digunakan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Jika $\text{Alpha Cronbach's} \geq 0,60$ maka reliabel.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen penelitian

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Harga (X ₁)	0.653	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan (X ₂)	0.635	Reliabel
3.	Promosi(X ₃)	0.873	Reliabel
4.	Keputusan Nasabah (Y)	0.624	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS,2022

Dari hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel > 0.60 dimana untuk variabel Harga (X₁) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.653, Kualitas Pelayanan (X₂) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.635, promosi (X₃) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.873 dan variabel Keputusan nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.624. Dengan demikian dapat disimpulkan dalam penelitian ini semua butir item reliable.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. (Darda & Abdulah, t.t.) Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas

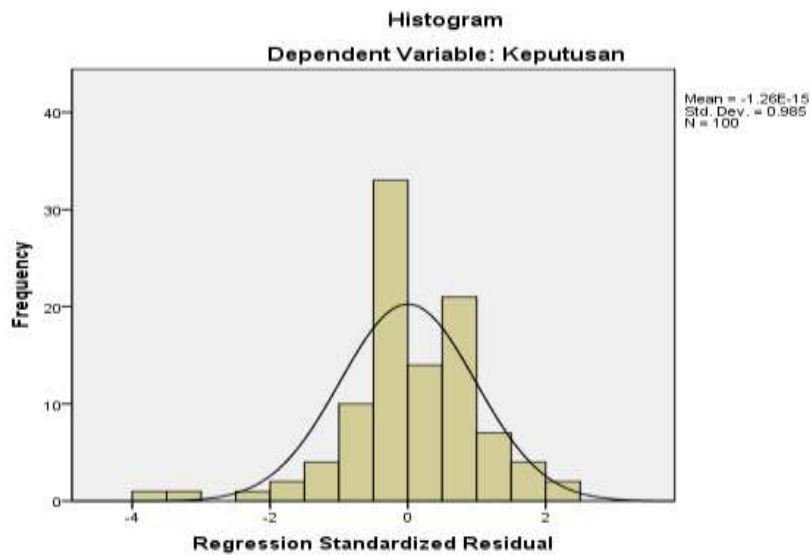
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.81058834
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.106
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		1.198
Asymp. Sig. (2-tailed)		.113

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 18 (2022)

Berdasarkan Tabel di atas, diperoleh nilai asymp. sig. (2-tailed) sebesar 0.113 lebih besar dari 0.05. jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa data berdistribusi normal.

Berikut adalah hasil uji normalitas dalam bentuk grafik:



Gambar 4. 2 Grafik Uji Normalitas

Pada grafik di atas dapat dilihat bahwa garis yang membentuk gambar seperti gunung terlihat seimbang, yaitu data observasi dengan distribusi yang mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mendekteksi di dalam model regresi ada tidaknya korelasi antar variabel bebas. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan diregresi terhadap variabel bebas lainnya. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance > 0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10 . (Tajudin & Mulazid, 2017)

Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Multikolinearitas

Variabel	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Harga	0.604	1.654
Kualitas Pelayanan	0.474	2.108
Promosi	0.466	2.144
Dependent Variable: Keputusan		

Sumber: Hasil Pengolahan Data, SPSS18, 2022

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dalam tabel di atas, diperoleh nilai VIF Harga (X_1) sebesar 1.654, Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 2.108 dan Promosi (X_3) sebesar 2.144 berarti lebih kecil dari ($VIF < 10$). Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residul lebih besar

dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.(Tajudin & Mulazid, 2017)

Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Heterokedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Harga	0.849	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kualitas Pelayanan	0.119	Tidak terjadi heterokedastisitas
Promosi	0.190	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Output SPSS 18, 2022

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dalam tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.849 untuk harga, 0.119 untuk kualitas pelayanan dan 0.190 untuk promosi. Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa tidak terjadi heteroskedas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan promosi (X3) terhadap keputusan nasabah (Y) Bank BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Dapat diketahui dengan melakukan pengujian analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 18. Berikut hasil uji regresi linier berganda mengenai pengaruh harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan promosi (X3) terhadap keputusan nasabah (Y) Bank BTN Sayriah Kantor Cabang Syariah Banjarmasin adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.491	2.982		4.189	.000
	Harga	.054	.110	.051	2.659	.000
	Kualitas Pelayanan	.342	.104	.318	3.290	.001
	Promosi	.029	.053	.059	2.291	.004

Sumber: Hasil Output SPSS 18, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui persamaan regresi linier yaitu:

$$Y=12.491+ 0.054X_1 + 0.342X_2+0.029X_3$$

a. Konstanta

Nilai constant sebesar 12.491 mengartikan bahwa variabel dependen sebelum dipengaruhi oleh variabel independen yaitu harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan Promosi (X_3).

b. Harga (X_1)

β_1 sebagai nilai koefisien regresi X_1 mempunyai nilai sebesar 0.054. Artinya variabel independen yaitu harga sebagai X_1 , menunjukkan bahwa variabel X_1 ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen, yaitu keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel harga akan mempengaruhi variabel keputusan

sebesar 0.054, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

c. Kualitas Pelayanan (X_2)

β_2 sebagai nilai koefisien regresi X_2 mempunyai nilai sebesar 0.342. Artinya variabel independen yaitu kualitas pelayanan sebagai X_2 , menunjukkan bahwa variabel X_2 ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen, yaitu keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel kualitas pelayanan akan mempengaruhi variabel keputusan sebesar 0.342, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

d. Promosi (X_3)

β_3 sebagai nilai koefisien regresi X_3 mempunyai nilai sebesar 0.029. Artinya variabel independen yaitu promosi sebagai X_3 , menunjukkan bahwa variabel X_3 ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen, yaitu keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel promosi akan mempengaruhi variabel keputusan sebesar 0.029, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini

4. Uji Hipotesis

a. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yaitu harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2 dan Promosi (3) secara

bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y) Bank BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dalam memilih Pembiayaan KPR. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar $<0,05$.

Tabel 4. 10 Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression Residual	5.003	0.003
Predictor: (Constant) Promosi (X2), Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X3)		
Dependent Variable: Keputusan (Y)		

Sumber: Output Data SPSS 18, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui nilai signifikan untuk pengaruh harga (X_1), pengaruh kualitas pelayanan (X_2) dan pengaruh promosi (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y) adalah sebesar $0.003 < 0.05$, dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$, yaitu $5.003 > 3.090$. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan promosi (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

b. Uji T

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah Bank BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dalam memilih pembiayaan KPR.

- 1) Jika nilai sig. < 0.05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai sig. > 0.05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4. 11 Hasil Uji T

Variabel	T	Signifikansi
Harga (X_1)	2.659	0,000
Kualitas Pelayanan (X_2)	3.290	0.001
Promosi (X_3)	2.291	0.004
Variabel dependen: Keputusan		

Sumber: Output Data SPSS 18, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 di atas secara individual dapat diketahui hubungan setiap variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1) Pengujian Hipotesis Harga (X_1)

H_0 =Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin

H_a = terdapat pengaruh harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin

Pada tabel 4.11 kolom T menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2.659 dan nilai dari t_{tabel} dengan rumus $df = (n-k-1)$ diperoleh angka sebesar 1.661. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.659 > 1.661$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

2) Pengujian Hipotesis Kualitas Pelayanan (X_2)

H_0 =Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin

H_a =Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin

Pada tabel 4.11 kolom T menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3.290 dan nilai dari t_{tabel} dengan rumus $df = (n-k-1)$ diperoleh angka sebesar 1.661. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.290 > 1.661$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

3) Pengujian Hipotesis Promosi (X_3)

H_0 =Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank

Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang
Syariah Banjarmasin

H_a =Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah
dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan
Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah
Banjarmasin

Pada tabel 4.11 kolom T menunjukkan nilai t_{hitung}
sebesar 2.921 dan nilai dari t_{tabel} dengan rumus $df = (n-k-1)$
diperoleh angka sebesar 1.661. Berdasarkan hasil tersebut
dapat dikatakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.921 > 1.661$)
dengan tingkat signifikan $0,004 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan
 H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel
kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap
keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT.
Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang
Syariah Banjarmasin.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Secara Simultan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Harga juga salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix, penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Bagi perbankan terutama bank yang berprinsip konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya lainnya. Sedangkan harga bagi Bank yang berdasarkan prinsip Syariah adalah bagi hasil.(Muslimin dkk., 2020) Harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk.(Latief, 2018)

Kualitas pelayanan yang sebenarnya adalah berdasarkan persepsi perilaku konsumen terhadap suatu produk barang dan jasa. Dimensi kualitas pelayanan akan dipersepsikan oleh konsumen melalui perilaku konsumen dengan cara melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk barang atau jasa. Setelah konsumen melakukan pembelian atas dasar kualitas pelayanan kemudian konsumen melakukan evaluasi terhadap pembelian

yang dilakukan dengan mengandalkan perilaku konsumen yakni sikap sebagai proses psikologis. Dari sikap ini, konsumen akan mengevaluasi apakah konsumen merasa puas dengan produk barang atau jasa yang di tawarkan.(Hasanuddin, 2016)

Promosi juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan menggunakan suatu produk. Pengaruh promosi yang bagus dan dengan intensitas yang tinggi akan menjadikan konsumen mengenal dan rasa penasaran terhadap produk yang dipromosikan. Promosi sendiri sarana untuk membangun kepercayaan dan penilaian konsumen terhadap produk, yaitu dengan membina hubungan erat antara produsen dengan konsumen melalui pendekatan strategi promosi yang tepat.(Tajudin & Mulazid, 2017)

Pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dapat dilihat pada tabel 4.10 diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari Harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan promosi (X_3) secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) .

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$, yaitu ($5.003 > 3.090$). berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari harga(X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan promosi (X_3). Secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) dalam

memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas pelayanan dan promosi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin

2. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Secara Parsial Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Harga pada dasarnya merupakan teori dasar dari bauran pemasaran dan perilaku konsumen. Keduanya dapat digunakan ketika melihat persepsi harga terhadap keputusan pembelian suatu produk barang atau jasa. Persepsi harga bagi konsumen mempunyai hubungan produktif (pembiayaan yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, seperti untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi) dan pembiayaan konsumtif (pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi terhadap keputusan pembelian ketika konsumen memulai mempersepsikan harga untuk suatu produk barang atau jasa. Ketika konsumen telah mengenal produk barang dan jasa yang diinginkan atau dibutuhkan. Konsumen akan mulai mencari informasi mengenai harga suatu produk barang atau jasa. Pencarian informasi inilah yang disebut sebagai proses psikolog dalam perilaku konsumen adalah persepsi. Sebelum memutuskan membeli suatu produk barang atau jasa, konsumen akan mempersepsikan apakah harga dari suatu produk barang atau jasa

terjangkau dengan harga yang murah atau adanya diskon (promo) atau adanya bonus. Setelah itu, konsumen baru memustuskan keputusan pembeli terhadap suatu produk barang suatu Jasa. Setelah membeli pun, konsumen akan mengevaluasi dari harga suatu produk barang atau jasa, apakah sesuai dengan harga suatu produk barang atau jasa atau perlu adanya potongan harga.(Hasanuddin, 2016)

Dalam pandangan Islam sendiri, Nabi tidak menetapkan harga jual, dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan mengakibatkan kezaliman, sedangkan zalim adalah haram. Karena jika harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka akan menzalimi pembeli; dan jika harga yang ditetapkan terlalu rendah, maka akan menzalimi penjual.(Muslimin dkk., 2020)

Dari kuesioner yang disebarakan oleh peneliti pada item pernyataan yang dijabarkan dengan rinci dari 4 dimensi yaitu:

- a. Keterjangkauan harga produk: Merupakan daya beli konsumen atas produk yang dibeli.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk : Produk harga merupakan salah satu indikator dalam menentukan kualitas barang itu sendiri. Tidak selamanya harga yang tinggi menandakan bahwa kualitas barang tersebut baik
- c. Daya saing harga produk: Kemampuan produk untuk bersaing dengan produk sejenis pasar dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan, meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi dari produk sejenis.

- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk: Harga yang mahal tidak menjadi masalah berbanding lurus dengan manfaat yang diperoleh dari membeli produk tersebut (Tecoalu dkk., 2021)

Pengaruh harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dapat dilihat dari hasil uji t dalam tabel 4.11 di atas yang menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel harga diperoleh t_{hitung} sebesar 2.659 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.661 dengan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05. maka berdasarkan hal tersebut variabel harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Hal itu berarti dikarenakan sebelum nasabah memilih pembiayaan KPR, nasabah terlebih dahulu melihat harga yang ditawarkan oleh Bank, dalam variabel harga banyak indikator yang mempengaruhi nasabah diantaranya harga yang terjangkau, hal ini disebabkan nasabah pasti memilih harga yang lebih murah dan terjangkau dibandingkan dengan Bank lain. Karena dengan harga yang murah dan terjangkau lalu dapat diraskan manfaat oleh nasabah, sehingga nasabah memutuskan untuk melakukan pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Kualitas pelayanan merupakan penilaian

tentang pemberian pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Ketika bank memberikan kualitas layanan yang lebih baik, kepuasan konsumen meningkat terhadap bank, dan niat beli produk juga meningkat. (Arslan & Phil, 2014)

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai suatu kualitas pelayanan terhadap konsumen adalah standarisasi syariah. Sikap melayani adalah berbuat ihsan kepada orang lain. Al-Qur'an menyuruh manusia untuk berbuat ihsan kepada orang lain. (Romdhoni & Sari, 2018)

Dari kuesioner yang disebarakan oleh peneliti pada item pernyataan yang dijabarkan dengan rinci dari 5 dimensi yaitu:

a. Bukti Fisik (*Tangible*)

Keahlian perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

b. Empati (*Empaty*)

Perhatian dari perusahaan dalam melayani pelanggan dengan baik.

c. Keandalan (*Reliability*)

Kesanggupan untuk memberikan pelayanan secara segera, sesuai harapan, dan dapat memberikan kepuasan.

d. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Semua karyawan memiliki kemampuan dalam membantu para pengunjung dan menanggapi permintaan mereka, lalu dapat menyelesaikan masalah pelanggan dalam menggunakan jasa.

e. Jaminan (*Assurance*)

Perilaku karyawan yang dapat menciptakan kepercayaan dari pengunjung pada perusahaan lalu perusahaan memberi timbal balik dengan mewujudkan kenyamanan bagi pengunjung. (Lestari, 2021)

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dapat dilihat dari hasil uji t dalam tabel 4.11 di atas yang menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel kualitas pelayanan diperoleh t_{hitung} sebesar 3.290 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.661 dengan tingkat signifikansi 0.001 lebih kecil dari 0.05, maka berdasarkan hal tersebut variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Hal itu dikarenakan kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Ketika Bank memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik, kepuasan konsumen meningkat terhadap bank, dan niat beli produk juga meningkat. Nasabah memerlukan bantuan pelayanan seseorang (*customer service*) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. Mulai dari mencari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran di kasir. Dengan diukur dengan 5 (lima) prinsip dimensi kualitas pelayanan diantaranya adalah bukti fisik (*tangible*), empati

(*empaty*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*).

Promosi penjualan (*sale promotion*) adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjual akhir. Berbagai sarana promosi yang didesain untuk memotivasi respon pasar lebih awal. Promosi penjualan dapat berupa promosi konsumen semisal produk, kupon, potongan harga, dsb(Darda & Abdulah, t.t.)

Promosi juga disebut sebagai kegiatan mengkomunikasikan atau menginformasikan manfaat dari sebuah produk dan jasa kepada konsumen untuk mendorong dan membujuk konsumen untuk membeli produk dan jasa tersebut.(Tajudin & Mulazid, 2017)

Promosi dalam perspektif syariah merupakan suatu upaya penyampaian informasi yang benar terhadap produk barang atau jasa kepada calon konsumen atau pelanggan. Berkaitan dengan hal itu maka ajaran Islam sangat menekankan agar menghindari unsur penipuan atau memberikan informasi yang tidak benar bagi para calon konsumen atau pelanggan.(Tasruddin, 2015)

Dari kuesioner yang disebarakan oleh peneliti pada item pernyataan yang dijabarkan dengan rinci dari 4 dimensi yaitu:

a. *Advertising* (Periklanan)

Suatu promosi barang atau jasa yang sifatnya non personal dilakukan oleh sponsor yang diketahui.

b. *Personal Selling* (Penjualan Perorangan)

Penjualan perorangan yang dilakukan oleh wiraniaga yang mencoba dan membujuk untuk melakukan penjualan sekaligus.

c. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Suatu kegiatan yang dimaksud untuk membantu mendapatkan konsumen yang bersedia membeli produk atau jasa suatu perusahaan.

d. *Public Relation* (Publisitas)

Suatu kegiatan pengiklanan secara tidak langsung dimana produk atau jasa suatu perusahaan disebarluaskan oleh media komunikasi

Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dapat di lihat dari hasil uji t dalam tabel 4.11 di atas yang menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel promosi diperoleh t_{hitung} sebesar 2.291 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.661 dengan tingkat signifikansi 0.004 lebih kecil dari 0.05, maka berdasarkan hal tersebut variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Hal itu dikarenakan promosi merupakan suatu kegiatan mengkomunikasikan dari pihak Bank kepada nasabah dengan menginformasikan manfaat dari sebuah produk atau jasa untuk mendorong dan membujuk nasabah membeli produk atau jasa tersebut. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel promosi adalah

periklanan (*advertising*), penjualan perorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*) dan publisitas (*public relation*).