

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Kredit adalah salah satu pinjaman yang harus dikembalikan dananya kepada sang peminjam beserta bunga jika ada kesepakatan adanya bunga, jangka waktu dan jumlah yang akan dibayar. kredit disini sebagai penyedia dana atau modal berdasarkan kesepakatan dari sang peminjam dan yang meminjam dimana pihak yang meminjam wajib untuk mengembalikan dana atau modal yang telah diberikan oleh sang peminjam sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat di awal (Kumala, 2017, p. 22). Sedangkan menurut Undang-Undang No 10 tahun 1998 dari perubahan undang-undang sebelumnya yaitu Undang-Undang No 7 tahun 1992 tentang perbankan : “Penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan dan kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga”.

Menurut peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian sebagai Ketua Komite Kebijakan Pembiayaan Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah KUR adalah jenis kredit atau pembiayaan modal kerja atau bisa juga sebagai investasi kepada debitur usaha yang dinilai

produktif serta layak tetapi memiliki kekurangan dalam permodalan. KUR merupakan program yang dibuat oleh pemerintah tetapi menggunakan sumber dana dari perbankan (Kumala, 2017, p. 37).

Sasaran produk KUR sendiri ialah kelompok masyarakat yang telah dilatih dan diberdayakan kemandiriannya agar diharap kelompok masyarakat ini mampu memanfaatkan pendanaan yang diberikan. Dilihat dari sisi sasaran produk ini ialah UMKM atau calon UMKM yang ada di masyarakat.

2. Profil Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia adalah salah satu bank syariah yang ada di Indonesia, yang merupakan penggabungan dari bank-bank BUMN syariah yang ada yaitu Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BNI Syariah. Bank-bank BUMN syariah tersebut bergabung pada tanggal 1 Februari 2021 atau bertepatan dengan tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) dan telah resmi beroperasi. (“<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>,” n.d.)

Bank Syariah Indonesia telah berjalan selama satu tahun lebih dan penggabungan ketiga bank syariah BUMN tersebut berupaya agar kelebihan yang dimiliki masing-masing bank syariah BUMN tersebut dapat memberikan hasil pelayanan yang lebih lengkap, kapasitas dalam permodalan yang memadai, dan jangkauan yang lebih luas. Hal ini juga

didukung oleh bank induk masing-masing yaitu Bank Mandiri, Bank BRI, dan Bank BNI, serta kementerian BUMN yang mendorong agar Bank Syariah Indonesia dapat bersaing di tingkat global. ("https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami," n.d.)

3. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Ada pun visi dan misi Bank Syariah Indonesia ialah sebagai berikut:

a. Visi Bank Syariah Indonesia

- Menjadi top 10 global islamic bank

b. Misi Bank Syariah Indonesia

- Memberikan akses dan solusi untuk keuangan syariah yang ada di Indonesia dengan melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang sahamnya dengan cara menjadi top 5 bank yang paling profitabel di Indonesia berdasarkan (ROE 18%) serta valuasi yang kuat (PB>2).
- Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik yang ada di Indonesia dengan menjadi perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP A Yani 2

Banjarmasin

No	Nama	Jabatan
1	HARRY SURYANA	Branch Manager
2	YUDI NOORFIANDI	Business Manager
3	YUDI IRAWAN	Micro Marketing Mnager
4	MUHAMMAD HASBI	Branch Operation & Service Manager
5	RYAN ANGARA SOFYAN	Consumer Business Relationship Manager
6	UMI MAHDALENA	Consumer Business Relationship Manager
7	AMIN BAHRUDIN	Consumer Business Relationship Manager
8	SHOLIHIN RAMDHANI	Consumer Business Staff
9	KHAIRULLAH	Consumer Business Staff
10	SUPIYAN SAURI	Funding & Transaction Staff
11	RAFIKA APRIANTY	Funding & Transaction Staff
12	JARKANI	Micro Staff
13	RAHMATULLAH	Micro Staff
14	AJENG NOVIKA SARI	Micro Staff
15	ZAKI ACHMAD	Customer Service Supervisor
16	M. ISYRO ROSIADI	Operational Staff
17	M. MULIANTO	Pawning Sales Officer
18	SUGI MA'RUF ABDIANOOR	General Affairs
19	GITA SWASTIKA DESTY	Customer Service Representative

20	DWI HESTY INDIRA	Customer Service Representative
21	ZANA FAUZIA	Teller
22	DESSY PUTRI WINDY	Teller
23	ARDIAN	Financing Operations Supervisor
24	SYAM NURUL HIDAYAH	Financing Operation Staff
25	IRMA CITR SARI	Financing Operation Staff
26	YUNITA MARIA SOPA	Financing Operation Staff

5. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini peneliti melaksanakan penelitian di Bank Syariah Indonesia yang ada di Banjarmasin, dengan menggunakan kriteria responden nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan produk KUR, sedang mengajukan produk KUR, atau tidak menggunakan atau mengajukan produk pembiayaan KUR tetapi mengetahui tentang produk pembiayaan KUR yang ada di Bank Syariah Indonesia yang berjumlah 53 responden. Para responden yang membantu dalam penelitian kali ini memiliki karakteristik yang berbeda-beda maka dari itu peneliti mengelompokkan responden yang ada dalam karakteristik tertentu. Berikut di bawah ini ialah hasil pengelompokan karakteristik responden berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan.

a. Jenis Kelamin Responden

Berikut profil responden nasabah Bank Syariah Indonesia yang sesuai dengan kriteria penelitian ini berdasarkan jenis kelamin responden:

Tabel IV.I
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Responden	Persentase
1	Laki-laki	23	41,8%
2	Perempuan	32	58,2%
	Jumlah	55	100%

Sumber: Data primer yang didapatkan 2021

berdasarkan tabel IV.I di atas dapat dilihat bahwa responden laki-laki terdiri dari 23 orang yang berarti 41,8% dari keseluruhan penelitian dan responden perempuan terdiri dari 32 orang yang berarti 58,2% dari keseluruhan penelitian, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini ialah perempuan.

b. Usia Responden

Berikut profil responden nasabah Bank Syariah Indonesia yang sesuai dengan kriteria penelitian ini berdasarkan usia responden:

Tabel IV.II
Usia Responden

no	Usia	Responden	Persentase
1	18-30 tahun	44	80%
2	>30 tahun	11	20%
	Jumlah	55	100%

Sumber: Data primer yang didapatkan 2021

Berdasarkan tabel IV.II di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berusia 18 hingga 30 tahun ialah sebanyak 44 orang dengan persentase 80% dari keseluruhan penelitian dan responden yang berusia diatas 30 tahun ialah sebanyak 11 orang dengan persentase 20% dari keseluruhan penelitian. Dari data tersebut bisa dilihat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini ialah nasabah Bank Syariah Indonesia yang berusia 18 hingga 30 tahun.

c. Pendidikan Responden

Berikut profil responden nasabah Bank Syariah Indonesia yang sesuai dengan kriteria penelitian ini berdasarkan pendidikan responden:

Tabel IV.III

Pendidikan Responden

no	Pendidikan	Responden	Persentase
1	SMP	0	0%
2	SMA	23	41,8%
3	Diploma	6	10,9%
4	Sarjana	25	45,5%
5	Lain-lain	1	1,8%
	Jumlah	55	100%

Sumber: Data primer yang didapatkan 2021

Berdasarkan tabel IV.III di atas dapat dilihat bahwa tidak ada responden dengan pendidikan terakhir di jenjang SMP, sementara di jenjang SMA sebanyak 23 orang dengan persentase 41,8%, di jenjang

diploma sebanyak 6 orang dengan persentase 10,9%, di jenjang sarjana sebanyak 25 orang dengan persentase 45,5% dan responden yang memilih lainnya berjumlah sebanyak 1 orang dengan persentase 1,8%. berdasarkan data tersebut maka mayoritas pendidikan responden dalam penelitian kali ini ialah sarjana .

d. Pekerjaan Responden

Berikut profil responden nasabah Bank Syariah Indonesia yang sesuai dengan kriteria penelitian ini berdasarkan Pekerjaan responden:

Tabel IV.IV

Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Responden	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	28	50,9%
2	Wiraswasta	8	14,5%
3	PNS	0	0%
4	Lain-lain	19	34,6%
	Jumlah	55	100%

Sumber: Data primer yang didapatkan 2021

Berdasarkan tabel IV.IV di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 28 orang dengan persentase 50,9%, yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 8 orang dengan persentase 14,5%, selanjutnya tidak ada yang memiliki pekerjaan sebagai PNS dan responden yang memilih lainnya sebanyak 19 orang dengan persentase 34,6%. Reponden yang

memilih lainnya memiliki jenis pekerjaan yang cukup beragam yaitu mulai dari pengajar privat, pengusaha, penjual atau pedagang, dan ibu rumah tangga. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian kali ini memiliki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa.

B. Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah suatu alat yaitu dalam penelitian ini adalah pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti berupa kuisioner untuk diberikan kepada responden bersifat valid atau sah. Untuk melihat apakah valid atau tidaknya bisa dilihat dari r hitung, jika pada r hitung lebih besar dari r tabel maka alat ukur yang digunakan bisa dikatakan valid atau sah, r tabel pada penelitian ini ialah 0,265. tingkat signifikansi yang digunakan juga ada dua yaitu 5% jika berbintang satu untuk ke dua sisi dan 1% jika berbintang dua untuk ke dua sisi. (Sugiyono, 2015, p. 182)

Berikut hasil uji validatas dari penelitian ini:

Tabel IV.V

Hasil Uji Validatas

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation	Signifikansi 2 tailed	Keterangan
----------	-----------------	------------------------	--------------------------	------------

Promosi (X1)	Pertanyaan 1	0,653**	0,000	Valid
	Pertanyaan 2	0,350**	0,010	Valid
	Pertanyaan 3	0,584**	0,000	Valid
	Pertanyaan 4	0,574**	0,000	Valid
	Pertanyaan 5	0,494**	0,000	Valid
	Pertanyaan 6	0,681**	0,000	Valid
Reputasi (X2)	Pertanyaan 1	0,423**	0,002	Valid
	Pertanyaan 2	0,464**	0,000	Valid
	Pertanyaan 3	0,565**	0,000	Valid
	Pertanyaan 4	0,552**	0,000	Valid
	Pertanyaan 5	0,490**	0,000	Valid
	Pertanyaan 6	0,437**	0,001	Valid
Lokasi (X3)	Pertanyaan 1	0,540**	0,000	Valid
	Pertanyaan 2	0,628**	0,000	Valid
	Pertanyaan 3	0,681**	0,000	Valid
	Pertanyaan 4	0,573**	0,000	Valid
	Pertanyaan 5	0,665**	0,000	Valid
	Pertanyaan 6	0,566**	0,000	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	Pertanyaan 1	0,595**	0,000	Valid
	Pertanyaan 2	0,611**	0,000	Valid
	Pertanyaan 3	0,490**	0,000	Valid
	Pertanyaan 4	0,763**	0,000	Valid

	Pertanyaan 5	0,747**	0,000	Valid
--	--------------	---------	-------	-------

Sumber: Data primer yang telah diolah 2021

Berdasarkan tabel IV.V hasil uji validitas di atas, dapat dilihat bahwa semua pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini berbintang dua dengan tingkat signifikansi 1% atau 0,01, jadi dapat disimpulkan seluruh pertanyaan pada penelitian ini bersifat sah dan valid sehingga layak digunakan pada penelitian ini dan juga selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana alat ukur atau daftar pertanyaan dapat dipercaya sehingga bisa diketahui konsistensi dari alat ukur apakah alat ukur tersebut bisa tetap konsisten meskipun telah dilakukan pengukuran berulang kali. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika cronbach alpha nya lebih dari 0,6. (Sugiyono, 2015)

Berikut hasil uji reliabilitas dari penelitian ini:

Tabel IV.VI

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Promosi (X1)	0,719	Reliable
Reputasi (X2)	0,830	Reliable
Lokasi (X3)	0,848	Reliable
Keputusan Nasabah (Y)	0,894	Reliable

Sumber: Data primer yang telah diolah 2021

Berdasarkan tabel IV.VI hasil uji reliabilitas di atas bisa dilihat bahwa nilai cronbach alpha yang didapatkan lebih dari 0,6, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini yaitu promosi, reputasi dan lokasi serta variabel dependennya yaitu keputusan nasabah bersifat reliabel dan juga handal, sehingga setiap pertanyaan pada alat uji ini dapat dipercaya untuk penelitian ini dan juga selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah pada suatu model regresi, variabel independen dan dependennya memiliki distribusi normal atau tidak normal. Untuk mengecek hal tersebut bisa dilihat pada uji Kolmogorov Simirnov yaitu jika nilai signifikansi diatas 0,05 atau 5% maka hasil data terdistribusi normal. (Purnomo, 2016, p. 55)

Berikut hasil dari uji normalitas pada penelitian ini:

Tabel IV.VII

Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		53
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,90050152
Most Extreme Differences	Absolute	0,080

	Positive	0,065
	Negative	-0,080
Test Statistic		0,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}

Sumber: Data primer yang telah diolah 2021

Berdasarkan tabel IV.VII hasil uji normalitas di atas dapat dilihat bahwa pada nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari pada 0,05 ($0,200 > 0,05$). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan dependen pada penelitian ini terdistribusi secara normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah antar variabel penelitian ini terdapat hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Untuk mengujinya bisa dilihat pada nilai deviation from linearity nya lebih dari 0,05 maka hubungan antar variabel bisa dikatakan linear. (Purnomo, 2016, p. 94)

Berikut hasil dari uji linearitas pada penelitian ini:

Tabel IV.VIII

Hasil Uji Linearitas: Variabel Promosi (X1)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Nasabah *	Between Groups	(combined)	478,222	11	43,475	5,057	0,000
		Linearity	341,873	1	341,873	39,769	0,000

Promosi		Deviation from Linearity	136,349	10	13,635	1,586	0,145
	Within Groups		352,457	41	8,597		
	Total		830,679	52			

Sumber: Data primer yang telah diolah 2021

Berdasarkan tabel IV.VIII hasil uji linearitas di atas dapat dilihat bahwa nilai deviation from linearity yang didapatkan untuk variabel promosi (X1) dengan keputusan nasabah (Y) ialah 0,145. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X1) memiliki hubungan yang linear dengan variabel keputusan nasabah (Y), karena nilai deviation from linearity nya lebih dari 0,05 ($0,145 > 0,05$).

Tabel IV.IX

Hasil Uji Linearitas: Variabel Reputasi (X2)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Nasabah * Reputasi	Between Groups	(combined)	245,586	11	22,326	1,564	0,146
		Linearity	29,040	1	29,040	2,035	0,161
		Deviation from Linearity	216,547	10	21,655	1,517	0,168
	Within Groups		585,093	41	14,271		

	Total	830,679	52			
--	-------	---------	----	--	--	--

Sumber: Data primer yang telah diolah 2021

Berdasarkan tabel IV.IX hasil uji linearitas di atas bisa dilihat bahwa pada nilai deviation from linearity yang didapat variabel reputasi (X2) dengan variabel keputusan nasabah (Y) ialah 0,168. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi (X2) memiliki hubungan yang linear dengan variabel keputusan nasabah (Y), karena nilai deviation from linearity nya lebih dari 0,05 ($0,168 > 0,05$).

Tabel IV.X

Hasil Uji Linearitas: Variabel Lokasi (X3)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Nasabah * Reputasi	Between Groups	(combined)	366,895	14	26,207	2,147	0,031
		Linearity	137,219	1	137,219	11,243	0,002
		Deviation from Linearity	229,676	13	17,667	1,448	0,183
	Within Groups		463,784	38	12,205		
	Total		830,679	52			

Sumber: Data Primer yang telah diolah 2021

Berdasarkan tabel IV.X hasil uji linearitas di atas bisa dilihat bahwa pada nilai deviation from linearity yang didapat variabel lokasi (X3) dengan variabel keputusan nasabah (Y) ialah 0,183. Maka dapat

disimpulkan bahwa variabel lokasi (X3) memiliki pengaruh yang linear dengan variabel keputusan nasabah (Y), karena nilai deviation from linearity nya lebih dari 0,05 ($0,183 > 0,05$)

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya hubungan antara variabel independent atau bebas. Untuk menguji suatu model regresi terhadap multikolinearitas bisa dilihat dari nilai toleransi serta nilai VIF, jika nilai toleransinya lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang 10 maka regresi bebas dari multikolinearitas. (Nibayah, 2019, p. 10)

Berikut di bawah ini hasil dari uji multikolinearitas:

Tabel IV.XI
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	0,117	4,218		0,028	0,978		
PROMOSI	0,975	0,182	0,702	5,355	0,000	0,625	1,599
REPUTASI	-0,394	0,180	-0,279	-2,185	0,034	0,659	1,517
LOKASI	0,186	0,124	0,185	1,501	0,140	0,708	1,412

Sumber: Data primer yang telah diolah 2021

Berdasarkan tabel IV.XI hasil multikolinearitas di atas bisa dilihat

pada nilai toleransi masing-masing variabel lebih dari 0,1 dan pada nilai VIF nya kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini terbebas dari gejala multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk melihat apakah ada gejala heteroskedastisitas pada suatu model regresi dilihat dengan menggunakan uji Park yaitu nilai probabilitas signifikansinya diatas 0,05 sehingga model regresi bisa disimpulkan bebas dari heteroskedastisitas. (Andriani, 2017, p. 67)

Berikut di bawah ini hasil dari uji heteroskedastisitas :

Tabel IV.XII

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-0,110	2,883		-0,038	0,970
PROMOSI	0,150	0,124	0,214	1,206	0,234
REPUTASI	-0,032	0,123	-0,044	-0,256	0,799
LOKASI	-0,074	0,085	-0,147	-0,879	0,384

Sumber: Data primer yang telah diolah 2021

Berdasarkan tabel IV.XII hasil uji heteroskedastisitas di atas bisa

dilihat bahwa pada nilai probabilitas signifikansi masing-masing variabelnya lebih dari 0,05, jadi dapat disimpulkan pada penelitian ini model regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis linear berganda digunakan untuk melihat apakah ada keterkaitan dari variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas ialah promosi (X1), reputasi (X2), dan lokasi (X3) kemudian variabel terikat ialah keputusan nasabah (Y). Rumus yang digunakan untuk uji ini ialah (Nibayah, 2019, p. 16): $Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3$

Berikut hasil dari uji analisis regresi linear berganda pada penelitian ini:

Tabel IV.XIII

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,117	4,218		0,028	0,978
	Promosi	0,975	0,182	702	5,355	0,000
	Reputasi	-0,394	0,180	-0,279	-2,185	0,034
	Lokasi	0,186	124	0,185	1,501	0,140

Sumber: Data primer yang telah diolah 2021

Berdasarkan tabel IV.XIII hasil uji analisis regresi linear berganda di

atas, maka dapat kita peroleh rumus persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,117(\beta_0) + 0,975(X_1) - 0,394(X_2) + 0,186(X_3)$$

Dari persamaan di atas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Konstanta (β_0) dengan nilai sebesar 0,117 adalah keadaan saat variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y) belum dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yaitu promosi (X1), reputasi (X2), dan lokasi (X3). Jika variabel bebas tidak ada, maka variabel terikat tidak akan mengalami perubahan nilai.
- b. Koefisien regresi X1 (β_1) dengan nilai sebesar 0,975 menunjukkan bahwa variabel promosi (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Setiap kenaikan 1 satuan promosi (X1) akan memberikan peningkatan pada keputusan nasabah sebesar 0,975 dengan asumsi bahwa variabel reputasi (X2) dan lokasi (X3) tidak diteliti.
- c. Koefisien regresi X2 (β_2) dengan nilai sebesar -0,394 menunjukkan bahwa variabel reputasi (X2) mempunyai pengaruh negatif yang berlawanan dan tidak searah terhadap keputusan nasabah. Setiap kenaikan 1 satuan reputasi (X2) akan memberikan penurunan pada keputusan nasabah sebesar 0,394 dengan asumsi bahwa variabel promosi (X1) dan lokasi (X3) tidak diteliti.
- d. Koefisien regresi X3 (β_3) dengan nilai sebesar 0,186 menunjukkan bahwa variabel lokasi (X3) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Setiap kenaikan 1 satuan lokasi (X3) akan memberikan peningkatan pada keputusan nasabah sebesar 0,186 dengan asumsi bahwa

variabel promosi (X1) dan reputasi (X2) tidak diteliti.

Dari hasil kesimpulan di atas dapat diketahui bahwa nilai variabel bebas promosi (X1) dan lokasi (X3) bernilai positif, tetapi pada variabel reputasi (X2) memiliki nilai yang negatif. Maka ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang bernilai positif yaitu promosi (X1) dan lokasi (X3) berbanding lurus dengan variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y) dan variabel bebas yang bernilai negatif, yaitu reputasi (X2) berbanding terbalik dan tidak searah terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y). Jika pada nilai positif ada variabel bebas yang mengalami kenaikan atau penurunan maka variabel terikat juga akan mengalami perubahan nilai yang berbanding lurus atau searah baik itu naik ataupun turun, tetapi jika ada variabel bebas yang bernilai negatif maka setiap ada kenaikan pada variabel bebas tersebut maka variabel terikat akan mengalami penurunan atau memiliki hasil yang berbanding terbalik.

4. Uji Statistika

a. Uji T_{test} (Uji Secara Parsial)

Uji T_{test} (Uji secara parsial) digunakan untuk melihat apakah suatu variabel bebas secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Pada uji ini dapat dilihat dari nilai T hitung, jika T hitung lebih besar daripada T tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat atau juga bisa dilihat dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebanyak 0,05 atau 5% sehingga jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau 5% maka variabel individual berpengaruh secara parsial

terhadap variabel terikat (Purnomo, 2016, p. 172).

Sebelum melihat dan menganalisa hasil tabel di bawah perlu diketahui bahwa untuk menguji suatu data penelitian dengan uji T_{test} (Uji Secara Parsial) dapat dilihat melalui T hitung dan T tabel. Cara untuk mencari T tabel sendiri menggunakan rumus sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = t(a/2 ; n-k-1)$$

Keterangan :

a = tingkat kepercayaan = 95% (0,05)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas

Maka nilai t tabel pada penelitian ini ialah $T \text{ tabel} = t(0,05/2 ; 53-3-1)$, T

tabel = (0,025 ; 49) atau $T \text{ tabel} = 2.010$

Berikut hasil dari uji T_{test} (Uji Secara Parsial) dalam penelitian ini:

Tabel IV.XIV

Hasil Uji T_{test} (Uji Secara Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,117	4,218		0,028	0,978
	Promosi	0,975	0,182	702	5,355	0,000
	Reputasi	-0,394	0,180	-0,279	-2,185	0,034
	Lokasi	0,186	124	0,185	1,501	0,140

Sumber: Data primer yang telah diolah 2021

Berdasarkan tabel IV.XIV hasil uji T_{test} (Uji Secara Parsial) di atas maka bisa ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai T hitung pada variabel promosi (X_1) ialah 5,355 sehingga T hitung lebih besar daripada T tabel ($5,355 > 2,010$). Kemudian untuk nilai signifikansi pada variabel promosi (X_1) ialah 0,000 yang berarti lebih kecil daripada 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X_1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah (Y).
2. Nilai T hitung pada variabel reputasi (X_2) ialah -2,185 sehingga T hitung lebih besar daripada T tabel ($2,185 > 2,010$). Tanda negatif pada nilai t hitung hanya menunjukkan arah bukan berarti nilai -2,185 berada di bawah angka 0. Kemudian untuk nilai signifikansi pada variabel reputasi (X_2) ialah 0,034 yang berarti lebih kecil daripada 0,05 ($0,034 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi (X_2) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah (Y).
3. Nilai T hitung pada variabel lokasi (X_3) ialah 1,501 sehingga T hitung lebih kecil daripada T tabel ($1,501 < 2,010$). Kemudian untuk nilai signifikansi pada variabel lokasi (X_3) ialah 0,140 yang berarti lebih besar daripada 0,05 ($0,140 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X_3) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah (Y).

b. Uji F_{test} (Uji Secara Simultan)

Uji F_{test} (Uji Secara Simultan) digunakan untuk melihat apakah

variabel bebas yang ada pada penelitian secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Sama dengan uji parsial pada uji ini bisa dilihat pada F hitung dan F tabel, jika nilai F hitung lebih besar daripada F tabel maka variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat atau bisa juga dilihat pada nilai signifikansi, jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 atau 5% maka variabel individual secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Nibayah, 2019, p. 25).

Sama dengan Uji T_{test} (Uji Secara Parsial) sebelum melihat hasil dari uji F_{test} (Uji Secara Simultan) perlu diketahui nilai dari F tabel, rumus untuk mencari F tabel sendiri ialah sebagai berikut:

$$F \text{ tabel} = f(k ; n-k)$$

Keterangan :

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Maka nilai F tabel pada penelitian ini ialah $F \text{ tabel} = f(3 ; 53-3)$, $F \text{ tabel} = (3 ; 50)$ atau $F \text{ tabel} = 2,79$

Berikut hasil dari uji F_{test} (Uji Secara Simultan) pada penelitian ini:

Tabel IV.XV

Hasil Uji F_{test} (Uji Secara Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	393,208	3	131,069	14,681	0,000 ^b
	Residual	434,471	49	8,928		
	Total	830,679	52			

Sumber: Data primer yang telah diolah 2021

Berdasarkan tabel IV.XV hasil uji F_{test} (Uji Secara Simultan) di atas, bisa dilihat bahwa pada nilai F hitung ialah 14,681 yang berarti lebih besar dari pada F tabel ($14,681 > 2,79$). Kemudian pada nilai signifikansinya ialah 0,000 yang berarti lebih kecil daripada 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang ada pada penelitian ini secara bersama-sama memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien dterminasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan suatu model dalam menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada pada nilai 0 hingga 1 sehingga jika nilai koefisien semakin mendekati nilai 1 maka suatu model dalam menjelaskan variabel terikat semakin kuat. (Purnomo, 2016, p. 137)

Berikut hasil dari uji koefien determinasi pada penelitian ini:

Tabel IV.XVI

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the
-------	---	----------	------------	-------------------

			Square	Estimate
1	0,688 ^a	0,473	0,441	2,98797

Berdasarkan tabel IV.XVI hasil uji koefisien determinasi di atas bisa dilihat bahwa padanilai R Square ialah 0,473 atau 47,3%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel bebas pada peneltian ini yaitu promosi (X1), reputasi (X2) dan lokasi (X3) memiliki pengaruh sebesar 47,3% terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y), dan selebihnya 52,7% (100% - 47,3%) ditentukan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Diketahui dari hasil nilai 47,3% keputusan nasabah dalam menggunakan produk KUR (Kredit Usaha Rakyat) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang ada dalam peneltian ini yaitu promosi, reputasi, dan lokasi. Artinya 52,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar penelitian ini, entah itu dari religiusitas, kualitas pelayanan, keamanan, kepercayaan atau hal-hal lainnya.

C. Hasil Uji Hipotesis

Berikut adalah penjelasan serta pengujian hipotesis yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil nilai signifikansi variabel promosi (X1) ialah 0,000 yang berarti lebih kecil daripada 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat diartikan bahwa

variabel promosi (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan nasabah (Y). Kemudian pada uji T_{test} (Uji Secara Parsial) variabel promosi (X1) mendapatkan nilai T hitung lebih besar daripada T tabel ($5,355 > 2,010$). Maka variabel promosi (X1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan nasabah (Y). Oleh karena itu hipotesis (H_1) dapat diterima yang berarti promosi memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam mengambil produk KUR (Kredit Usaha Rakyat) di wilayah Banjarmasin.

2. Hasil nilai signifikansi variabel reputasi (X2) ialah 0,034 yang berarti lebih kecil daripada 0,05 ($0,034 < 0,05$). Maka dapat diartikan bahwa variabel reputasi (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan nasabah (Y). Kemudian pada uji T_{test} (Uji Secara Parsial) variabel reputasi (X2) mendapatkan nilai T hitung lebih besar daripada T tabel ($2,185 > 2,010$). Maka variabel reputasi (X2) memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan nasabah (Y). Oleh karena itu hipotesis (H_2) dapat diterima yang berarti reputasi memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam mengambil produk KUR (Kredit Usaha Rakyat) di wilayah Banjarmasin.
3. Hasil nilai signifikansi variabel lokasi (X3) ialah 0,140 yang berarti lebih besar daripada 0,05 ($0,140 > 0,05$). Maka dapat diartikan bahwa variabel lokasi (X3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel

keputusan nasabah (Y). Kemudian pada uji T_{test} (Uji Secara Parsial) variabel lokasi (X3) mendapatkan nilai T hitung lebih kecil daripada T tabel ($1,501 < 2,010$). Maka variabel lokasi (X3) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan nasabah (Y). Oleh karena itu hipotesis (H_3) ditolak yang berarti lokasi tidak memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam mengambil produk KUR (Kredit Usaha Rakyat) di wilayah Banjarmasin.

4. Kemudian pada uji F_{test} (Uji Secara Simultan) variabel-variabel bebas pada penelitian ini mendapatkan nilai F hitung sebanyak 14,681 yang berarti lebih besar dari pada nilai F tabel ($14,681 > 2,79$). Maka variabel-variabel bebas pada penelitian ini yaitu promosi (X1), reputasi (X2), dan lokasi (X3) memiliki pengaruh secara bersamaan atau simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y). Oleh karena itu hipotesis (H_4) dapat diterima yang berarti promosi, reputasi dan lokasi memiliki pengaruh secara bersamaan atau simultan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam mengambil produk KUR (Kredit Usaha Rakyat) di wilayah Banjarmasin.

Maka dari hasil penjelasan di atas dapat dibuat tabel hasil uji hipotesis sebagai berikut :

Tabel IV.XVII

Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Kesimpulan
----	-----------	------------

1	Promosi memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam mengambil produk KUR (Kredit Usaha Rakyat) di wilayah Banjarmasin.	Diterima
2	Reputasi memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam mengambil produk KUR (Kredit Usaha Rakyat) di wilayah Banjarmasin	Diterima
3	Lokasi memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam mengambil produk KUR (Kredit Usaha Rakyat) di wilayah Banjarmasin.	Ditolak
4	Promosi, reputasi dan lokasi memiliki pengaruh secara bersamaan atau simultan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam mengambil produk KUR (Kredit Usaha Rakyat) di wilayah Banjarmasin.	Diterima

Sumber: hasil hipotesis yang telah dibuktikan 2021