

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN DATA ANALISIS**

#### **A. Penyajian Data**

Pada Juli tahun 1999 terjadi krisis moneter dan ekonomi, disusul krisis politik nasional yang sangat memberikan pengaruh cukup besar pada perekonomian nasional yang kemudian berdampak kepada perbankan di Indonesia. Dampak tersebut membuat perbankan-perbankan menerima kesulitan yang parah. Demi keluar dari permasalahan tersebut, pada tanggal 31 Juli 1999 pemerintah Indonesia menggabungkan 4 bank yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia, dan Bapindo menjadi sebuah Bank yang sampai saat ini masih tetap terus beroperasi dan menjadi salah satu bank kepercayaan masyarakat Indonesia yaitu Bank Mandiri. Pada merger tersebut juga membuat Bank Mandiri menjadi pemegang saham terbesar Bank Susila Bakti yang kemudian beroperasi sebagai Bank Syariah Mandiri pada tanggal 1 November 1999.

Bank Syariah Mandiri kemudian menjadi salah satu opsi masyarakat yang menginginkan transaksi perbankan terbaik secara syariah hingga pernah dinobatkan sebagai Perbankan Syariah terbaik pada masanya. Bank ini terus berkembang dan melebarkan sayapnya dibawah naungan Bank Mandiri, ini dapat dilihat dari banyaknya cabang Bank Syariah Mandiri yang tersebar diberbagai pelosok negeri.

Bank syariah memainkan peran penting sebagai fasilitator dalam semua kegiatan ekonomi di ekosistem industri halal. Dalam perkembangannya saat ini, Bank Syariah Mandiri kemudian bergabung dengan BRI Syariah dan BNI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) pada tanggal 1 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat mewujudkan persaingan Perbankan Syariah ditingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan sebuah Bank Syariah yang dapat menjadi kebanggaan umat, dan diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat umum. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga merupakan cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi seluruh alam.

Sebelum terjadinya merger yang mengubah 3 bank syariah menjadi satu, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Amuntai dulunya merupakan Bank Mandiri Syariah. Produk paling banyak yang digunakan pada BSI KCP Amuntai adalah BSI Tabungan Haji Indonesia. Dikarenakan Kota Amuntai yang bermayoritas masyarakatnya beragama islam dan memiliki tingkat keagamaan yang kuat, maka tabungan haji merupakan produk paling banyak diminati masyarakat Amuntai dan sekitarnya.

#### 1. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

##### a. Visi Bank Syariah Indonesia

Menjadi Top Bank Syariah Global // Berdasarkan Kapitalisasi Pasar  
Dalam Waktu 5 Tahun

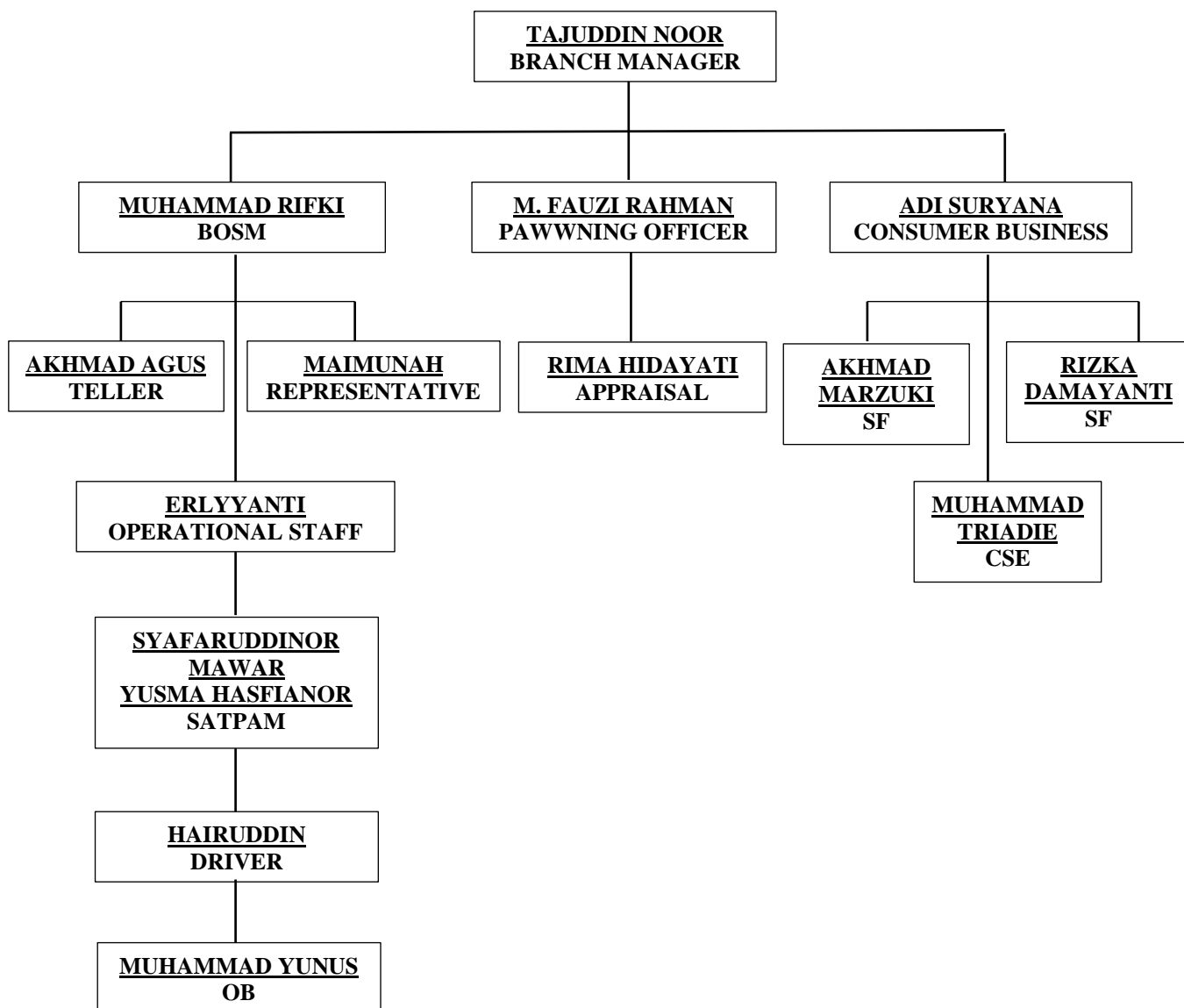
b. Misi Bank Syariah Indonesia

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik // bagi pemegang saham.
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan // para talenta terbaik Indonesia.

## 2. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**

**STRUKTUR ORGANISASI**  
**BANK SYARIAH INDONESIA**  
**Tbk KCP AMUNTAI**



### 3. Kondisi Ruang di Bank Syariah Indonesia KCP AMUNTAI

Bank Syariah Indonesia merupakan bangunan sebuah ruko yang terdiri dari 2 lantai. Bank Syariah Indonesia ini terdapat dipinggir jalan Abdul Aziz No. 120 Antasari, Amuntai Tengah, Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan, dengan Kode pos 71419. Berikut gambaran bangunan dan ruangan pada Bank Syariah Indonesia BSI KCP Amuntai:

**Tabel 4.1**

**Gambaran Ruangan Lantai 1 BSI KCP Amuntai**

No	Ruangan 1	Jumlah
1.	Banking Hall	1
2.	Security	1
3.	Customer Service	1
4.	Layanan Emas	1
5.	Admin	1
6.	Operasional	1
7.	Assistant Account Officer	1
8.	Operasional	1
9.	Toilet	1
10.	Mesin ATM	1

**Tabel 4.2****Gambaran Ruang Lantai 2 BSI KCP Amuntai**

No	Ruangan 2	Jumlah
1.	Marketing	1
2.	Branch Manager	1
3.	Meeting	1
4.	Gadai Emas	1
5.	Mushola	2
6.	Pantry	1

## 4. Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP AMUNTAI

## a. Produk Penghimpun Dana

## 1) BSI Tabungan Valas

Tabungan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank.

## 2) BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan Umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah. Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Channel apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi)

## 3) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan Umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah. Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Channel apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi).

#### 4) BSI Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan dalam mata uang Rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

#### 5) BSI Tabungan Pendidikan

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan pendidikan dengan sistem autodebet dan mendapat perlindungan asuransi

#### 6) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang rupiah yang yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dengan limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur free biaya RTGS, transfer SKN & setoran kliring masuk melalui Teller dan Net Banking.

#### 7) BSI TabunganKu

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang

diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### 8) BSI Tabungan Pensiun

Tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah diperuntukan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank.

#### 9) BSI Tabungan Efek Syariah

Tabungan Efek Syariah dengan akad Mudharabah Muthlaqah merupakan Rekening Dana Nasabah (RDN) yang diperuntukan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek di Pasar Modal.

#### 10) BSI Tabungan Smart

Basic Saving Account dengan akad Wadiah Yad Dhamanah merupakan literasi dari OJK dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### 11) BSI Tabungan Prima

Produk tabungan yang diperuntukan bagi segmen nasabah high networth individuals berakad Mudharabah dan Wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan



#### 12) BSI Tapenas Kolektif

Tabungan perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang untuk karyawan atau tenaga kontrak pada suatu institusi berdasarkan suatu Perjanjian Kerjasama

#### 13) BSI Tabungan Payroll

Tabungan Khusus merupakan produk turunan dari Tab Wadiah/Mudharabah Reguler yang dikhususkan untuk Nasabah Payroll dan Nasabah Migran.

#### 14) BSI Tabungan Mahasiswa

Tabungan dengan akad wadiah dari para mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri/Perguruan Tinggi Swasta (PTN/PTS) atau pegawai/anggota Perusahaan/Lembaga/Assosiasi/Organisasi Profesi yang bekerja sama dengan Bank.

#### 15) BSI Tabungan Junior

Tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

#### 16) BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

#### 17) BSI Tabungan Easy Wadiah

Tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip Wadiah Yad Dhamanah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

#### 18) BSI Tabungan Rencana

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan keuangannya dengan sistem autodebet dan gratis perlindungan asuransi.

#### 19) BSI Deposito Valas

Investasi berjangka yang dikelola dengan akad Mudharabah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dalam mata uang USD. Tersedia jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

#### 20) Deposito Rupiah

Investasi berjangka yang dikelola dengan akad Mudharabah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dalam mata uang rupiah. Tersedia jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

#### 21) BSI Giro Valas

Titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan akad wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan

menggunakan Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan untuk menunjang bisnis usaha perorangan maupun non perorangan dalam mata uang valas.

#### 22) BSI Giro Rupiah

Titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Debit, Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan untuk menunjang bisnis usaha perorangan maupun non perorangan dalam mata uang rupiah.

#### 23) BSI Giro Optima

Giro Optima merupakan produk BSI yang menempatkan dana di giro untuk digunakan sebagai transaksi perusahaan dengan hasil yang lebih optimal.

### b. Produk Penyaluran Dana

#### 1) BSI Griya

Layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk ragam kebutuhan, sebagai berikut:

- a) Pembelian Rumah baru/ Rumah second /Ruko/Rukan/Apartemen.
- b) Pembelian Kavling Siap Bangun.
- c) Pembangunan/Renovasi Rumah.
- d) Ambil alih Pembiayaan dari bank lain (Take Over).

e) Refinancing untuk pemenuhan kebutuhan nasabah.

2) BSI Mitraguna Berkah

Pembiayaan untuk tujuan multiguna tanpa agunan dengan berbagai manfaat dan kemudahan bagi pegawai payroll di BSI.

3) BSI OTO

Layanan pembiayaan kepemilikan kendaraan (mobil baru, mobil bekas dan motor baru) dengan cara mudah dan angsuran tetap.

4) BSI Pensiun Berkah

Pembiayaan yang diberikan kepada para penerima manfaat pensiun bulanan, diantaranya sebagai berikut:

- a) Pensiunan ASN & Pensiunan Janda ASN.
- b) Pensiunan BUMN/BUMD.
- c) Pensiunan & Pensiunan Janda ASN/PNS yang belum memasuki TMT Pensiun namun telah menerima SK Pensiun.

5) Mitraguna Online

Pembiayaan tanpa agunan untuk tujuan multiguna/apa saja dengan berbagai manfaat dan kemudahan bagi pegawai.

6) BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh)

Pembiayaan untuk tujuan konsumtif maupun produktif yang menggunakan akad Murabahah/ Musyarakah Mutanaqishah/ Ijarah dengan agunan berupa emas yang diikat dengan akad rahn,

dimana emas yang diagunkan disimpan oleh Bank selama jangka waktu tertentu.

7) BSI Distributor Financing

Pembiayaan Modal Kerja dengan skema Value Chain adalah pembiayaan post Financing (dana talangan untuk membayar terlebih dahulu invoice atas pekerjaan yang telah selesai) yang diberikan kepada supplier yang merupakan Supplier Khusus yang mengerjakan kontrak pekerjaan dengan bouwheer, dimana sumber pengembalian pembiayaan adalah pembayaran invoice dari bouwheer.

8) BSI KPR Sejahtera

Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan hunian subsidi pemerintah dengan prinsip syariah.

9) BSI Cash Collateral

Fasilitas pembiayaan yang dijamin dengan agunan likuid, yaitu dijamin dengan Simpanan dalam bentuk Deposito, Giro, atau Tabungan.

10) BSI Umrah

Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan pembelian Jasa Paket Perjalanan Ibadah Umroh melalui Bank yang telah bekerja sama dengan Travel Agent sesuai dengan prinsip syariah.

11) BSI KUR

Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond s.d Rp. 500 Juta.

#### 12) BSI KUR Kecil

Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond diatas Rp. 50 Juta s.d Rp. 500 Juta.

#### 13) BSI KUR Mikro

Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond diatas Rp. 10 Juta s.d Rp. 50 Juta.

#### 14) BSI KUR Super Mikro

Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond s.d Rp. 10 Juta.

#### 15) BSI Cicilan Emas

Merupakan salah satu investasi yang diminati oleh masyarakat di mana nasabah dapat memiliki emas dengan cara mencicil setiap bulannya. Harga emas yang tetap membuat nasabah tidak perlu khawatir dengan fluktuasi harga. Jenis emas yang dapat dibiayai adalah jenis emas batangan dengan minimal jumlah gram adalah 10 gram.

#### 16) BSI Pembiayaan Investasi

Fasilitas Pembiayaan Jangka menengah dan jangka panjang untuk pengadaan barang - barang modal (perluasan, pendirian proyek baru maupun refinancing).

#### 17) BSI Gadai Emas

Gadai Emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat yang diperuntukkan untuk perorangan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Biaya titipan gadai ringan.
- b) Nilai taksiran tinggi.
- c) Proses mudah dan cepat.
- d) Emas tersimpan aman dan terjamin.
- e) Perpanjangan otomatis saat jatuh tempo.
- f) Mendapatkan fasilitas mobile banking dengan ragam layanan yang lengkap antara lain: pembayaran, pembelian, transfer, keuangan, zakat dan infaq.
- g) Layanan yang nyaman dan tersebar di seluruh Indonesia.

#### c. Produk Pelayanan Jasa

##### 1) BSI Mobile

BSI Mobile merupakan layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia bagi para nasabahnya. BSI Mobile memiliki akses ke rekening tabungan nasabah sehingga dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi secara online.

## 2) BSI Aisyah

Aisyah adalah Asisten Interaktif Bank Syariah Indonesia yang akan membantu memberikan informasi produk, layanan, dan promo terbaru dari Bank Syariah Indonesia.

## 3) BSI ATM CRM

**BSI ATM CRM** (Cash Recycle Machine) atau ATM Setor Tarik merupakan jenis ATM untuk melayani transaksi setor tunai, tarik tunai, transfer antar bank serta transaksi pembayaran atau pembelian bagi semua Nasabah Bank Syariah Indonesia.

## 4) BSI Merchant Business

EDC Bank Syariah Indonesia merupakan layanan yang disediakan Bank Syariah Indonesia kepada nasabah yang memiliki usaha untuk memberikan kemudahan transaksi pembayaran kartu ATM Debit kepada pelanggannya.

## 5) BSI QRIS

QRIS (QR Code Indonesia Standard) adalah standar QR Code pembayaran untuk sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Atau dengan kata lain QRIS adalah sistem yang menstandarkan pembayaran menggunakan QR Code untuk memudahkan siapapun melakukan transaksi.

## 6) BSI Net



BSI Net merupakan sebuah fasilitas layanan dari Bank BSI yang disediakan melalui layanan internet yang dapat diakses melalui laptop atau PC. Layanan ini mendukung berbagai jenis transaksi layaknya bertransaksi di kantor bank atau menggunakan BSI Mobile Banking.

#### 7) Mitraguna Online

Pembiayaan *Mitraguna Online* adalah layanan pembiayaan secara *online* yang dapat digunakan untuk ragam kebutuhan (Multiguna) yang halal, dengan sumber pembayaran dari gaji/pendapatan pegawai tetap (*payroll* melalui Bank Syariah Indonesia) dan tanpa menggunakan agunan.

#### 8) Bilateral Financing

Merupakan produk/jasa/layanan yang diberikan oleh tim Financial Institution kepada lembaga keuangan bank atau non bank baik domestik maupun internasional. Merupakan layanan pemberian fasilitas pembiayaan/financing dalam valuta rupiah atau valuta asing untuk kebutuhan modal kerja jangka pendek maupun untuk tujuan lainnya kepada lembaga keuangan Bank dan/atau non bank.

#### 9) BSI Cash Management

Saluran distribusi elektronik berupa layanan internet banking bagi nasabah perusahaan atau institusi untuk melakukan aktifitas terhadap rekeningnya di Bank dalam rangka pengelolaan

keuangan dan monitoring arus kas dengan aman, cepat dan mudah.  
(BSI, 2022)

## B. Hasil Pengumpulan Data

Penulis melakukan pengumpulan data mulai dari tanggal 28 maret-28 april 2022 dengan menyebarkan kuesioner yang sudah disiapkan. Kuesioner dibagikan langsung kepada masyarakat atau nasabah yang sedang berkunjung ke BSI KCP Amuntai.

Pada penelitian ini, responden yang akan di analisi berjumlah 100 orang Berikut adalah rincian mengenai jumlah responden dan tingkat pengembalian kuesioner.

**Tabel 4.3**  
**Jumlah Responden**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
Kuesioner yang dibagikan	100
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang tidak lengkap	0
Kuesioner yang bisa diolah	100
Responden Rate	100%

## C. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden yaitu masyarakat atau nasabah Bank Syariah Indonesia

(BSI) KCP Amuntai. Responden merupakan sampel yang akan digunakan dalam penelitian untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan tentang penelitian ini.

1. Jenis Kelamin

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Laki-Laki	56 orang	56%
2.	Perempuan	44 orang	44%
	<b>Jumlah</b>	100	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 56 orang (56%) dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 44 (44%).

2. Berdasarkan Usia

**Tabel 4.5**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	15 - 20 tahun	2 orang	2%
2.	20 - 24 tahun	12 orang	12%
3.	25 – 29 tahun	17 orang	17%
4.	30 – 34 tahun	20 orang	20%
5.	35 – 40 tahun	15 orang	15%

6.	> 40 tahun	34 orang	34%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Tabel diatas menunjukkan usia responden yang dikelompokkan menjadi enam kelompok. Menunjukkan bahwa responden dengan kisaran usia 15 – 20 tahun sebanyak 2 orang (2%), responden dengan kisaran usia 20 – 24 tahun sebanyak 12 orang (12%), responden dengan kisaran usia 25 – 29 tahun sebanyak 17 orang (17%), responden dengan kisaran usia 30 – 34 tahun sebanyak 20 orang (20%), responden dengan kisaran usia 35 – 40 tahun sebanyak 15 orang (15%), dan responden dengan kisaran usia lebih dari 40 tahun sebanyak 34 orang (34%).

### 3. Pekerjaan

**Tabel 4.6**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Pegawai Negeri Sipil	22 orang	22%
2.	Pegawai Swasta	17 orang	17%
3.	Wiraswasta	20 orang	20%
4.	Ibu Rumah Tangga	16 orang	16%
5.	Lainnya	26 orang	26%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 22 orang (22%), responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 17 orang (17%), responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 20 orang (20%), responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 16 orang (16%), dan responden yang pekerjaannya tidak disebutkan diatas atau lainnya sebanyak 26 orang (26%).

#### 4. Pendidikan

**Tabel 4.7**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

<b>No.</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (%)</b>
1.	SD	0 orang	0%
2.	SMP	0 orang	0%
3.	SMA/SMK/MAN	27 orang	27%
4.	Diploma/Sarjana	69 orang	69%
5.	Lainnya	4 orang	4%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan SD tidak ada, responden dengan tingkat pendidikan setingkat SMP tidak ada, responden dengan tingkat pendidikan setingkat SMA sebanyak 27 orang (27%), responden dengan tingkat pendidikan diploma atau sarjana sebanyak 69

orang (69%), dan responden dengan tingkat pendidikan lainnya sebanyak 4 orang (4%).

## **D. Analisis Data**

### **1. Analisis Deskriptif Data**

Pada penelitian ini, deskripsi data dapat memberikan gambaran dari tanggapan-tanggapan responden secara umum. Maka gambaran yang berkaitan dengan pengaruh lokasi dan pengetahuan terhadap Keputusan Konsumen menggunakan produk BSI KCP Amuntai yang kemudian dilihat dari variabel lokasi (X1), pengetahuan (X2), dan Keputusan Konsumen (Y).

#### **a. Variabel Lokasi (X1)**

Variabel lokasi ini terdiri dari lima indikator, antara lain adalah lokasi bank dapat dengan mudah dijangkau transportasi (X1.1), lokasi bank dapat terlihat dengan jelas (X1.2), lokasi bank strategis (X1.3), lokasi bank berada di pusat kota (X1.4), dan lokasi bank dekat dengan tempat tinggal nasabah (X1.5).

Berdasarkan jawaban dari para responden tentang lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Amuntai yang mendukung keputusan mereka menggunakan produk-produk Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Amuntai dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Variabel Lokasi**

Indk	SS		S		N		TS		STS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	22	22%	53	53%	20	20%	5	5%	0	0%	100	100%	3,92
X1.2	21	21%	44	44%	21	21%	12	12%	2	2%	100	100%	3,7
X1.3	24	24%	53	53%	19	19%	4	4%	0	0%	100	100%	3,97
X1.4	22	22%	71	71%	7	7%	0	0%	0	0%	100	100%	3,93
X1.5	24	24%	23	21%	18	18%	29	29%	6	6%	100	100%	3,3
<b>Rata-Rata Total Skor</b>													<b>3,76</b>

Dari tabel tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata tertinggi diraih oleh indikator X1.3 dengan nilai rata-rata sebesar 3,97 dan nilai rata-rata terendah diraih oleh indikator X1.5 dengan nilai rata-rata sebesar 3,3. Indikator tertinggi yaitu X1.3 dalam penyebaran koefisien tersebut artinya menunjukkan dampak positif pada indikator tersebut sehingga dapat memberikan pengaruh dari variabel lokasi, kemudian indikator terendah yaitu X1.5 dalam penyebaran koefisien tersebut artinya menunjukkan penurunan terhadap dampak positif dari indikator tersebut sehingga pengaruhnya pun juga berkurang.

b. Variabel Pengetahuan (X2)

Variabel pengetahuan terdiri dari empat indikator, antara lain adalah pengetahuan tentang produk-produk bank (X2.1), pengetahuan tentang

produk yang sesuai dengan kebutuhan (X2.2), pengetahuan tentang sistem yang digunakan bank (X2.3), dan pengetahuan tentang akad-akad yang dimiliki bank (X2.4).

Berdasarkan jawaban dari para responden tentang indikator pengetahuan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Amuntai yang mendukung keputusan mereka menggunakan produk-produk Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Amuntai dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 4.9**

**Variabel Pengetahuan**

Indk	SS		S		N		TS		STS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	10	10%	43	43%	24	24%	23	23%	0	0	100	100%	3,4
X2.2	19	19%	75	75%	6	6%	0	0	0	0	100	100%	4,13
X2.3	12	12%	51	51%	19	19%	18	18%	0	0	100	100%	3,39
X2.4	10	10%	42	42%	15	15%	33	33%	0	0	100	100%	3,29
<b>Rata-Rata Total Skor</b>													<b>3,55</b>

Dari tabel tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata tertinggi diraih oleh indikator X2.2 dengan nilai rata-rata sebesar 4,13 dan nilai rata-rata terendah diraih oleh indikator X2.4 dengan nilai rata-rata sebesar 3,29. Indikator tertinggi yaitu X2.2 dalam penyebaran koefisien tersebut artinya menunjukkan dampak positif pada indikator tersebut sehingga dapat memberikan pengaruh dari variabel pengetahuan, kemudian indikator terendah yaitu X2.4 dalam penyebaran koefisien



tersebut artinya menunjukkan penurunan terhadap dampak positif dari indikator tersebut sehingga pengaruhnya pun juga berkurang.

c. Variabel Keputusan Konsumen (Y)

Variabel Keputusan Konsumen terdiri dari tiga indikator, antara lain mempertimbangkan manfaat dari kelebihan-kelebihan produk bank (Y1.1), karena produk bank sesuai dengan kebutuhan sehari-hari (Y1.2), serta karena suatu tujuan tertentu (Y1.3).

Berdasarkan jawaban dari para responden tentang indikator Keputusan Konsumen menggunakan produk dari Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Amuntai dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 4.10**

**Variabel Keputusan Konsumen**

Indk	SS		S		N		TS		STS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1.1	31	31%	44	44%	19	19%	6	6%	0	0	100	100%	4,00
Y1.2	24	24%	62	62%	12	12%	2	2%	0	0	100	100%	4,08
Y1.3	21	21%	40	40%	29	29%	10	10%	0	0	100	100%	3,72
<b>Rata-Rata Total Skor</b>													<b>3,93</b>

Dari tabel tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata tertinggi diraih oleh indikator Y1.2 dengan nilai rata-rata sebesar 4,08 dan nilai rata-rata terendah diraih oleh indikator Y1.3 dengan nilai rata-rata sebesar 3,72. Indikator tertinggi yaitu Y1.2 dalam penyebaran koefisien tersebut artinya menunjukkan dampak positif pada indikator tersebut

sehingga dapat memberikan pengaruh dari variabel Keputusan Konsumen, kemudian indikator terendah yaitu Y1.3 dalam penyebaran koefisien tersebut artinya menunjukkan penurunan terhadap dampak positif dari indikator tersebut sehingga pengaruhnya pun juga berkurang.

## 2. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji validitas mempunyai fungsi untuk dapat mengukur alat ukur yang telah dibuat memang benar akan dapat mengukur dengan baik, dapat juga mengukur ke shahihan suatu koefisien. Dalam uji validitas ini dapat diketahui dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Kriteria pengujian uji validitas apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka dapat dikatakan uji validitas tersebut valid, dan sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka uji validitas dinyatakan tidak valid. Kemudian untuk mengetahui pengujian tersebut valid atau tidak yaitu dengan melihat nilai signifikan pada data tersebut, jika nilai signifikannya kurang dari 0,05 (sig.  $<$  0,05) maka pengujian tersebut dapat dikatakan valid, juga sebaliknya jika nilai signifikan lebih dari 0,05 (sig.  $>$  0,05) maka pengujian dikatakan tidak valid. (Darma, 2021, hlm. 7-8)

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas I**

<b>Variabel</b>	<b>Item Pertanyaan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Lokasi (X1)	X1.1	0,846	0,165	Valid
	X1.2	0,865	0,165	Valid
	X1.3	0,651	0,165	Valid
	X1.4	0,756	0,165	Valid
	X1.5	0,876	0,165	Valid
Pengetahuan (X2)	X2.1	0,895	0,165	Valid
	X2.2	0,660	0,165	Valid
	X2.3	0,887	0,165	Valid
	X2.4	0,903	0,165	Valid
Keputusan Konsumen (Y1)	Y1.1	0,724	0,165	Valid
	Y1.2	0,823	0,165	Valid
	Y1.3	0,676	0,165	Valid

Pada tabel 4.9 tersebut diatas dapat dibandingkan r hitung pada setiap variabel melebihi standar r tabel yang sudah didapatkan. Dalam mencari r tabel dapat dihitung dengan  $df = n - 2$  dimana n adalah jumlah responden pada sebuah penelitian, dan jumlah responden pada penelitian ini adalah 100, maka didapatkan  $df = 100 - 2 = 98$ . Dengan df sebesar 98 dan nilai signifikan 5%, maka kemudian maka diperoleh lah angka r tabel 0,165.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Validitas II**

<b>Variabel</b>	<b>Item Pertanyaan</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
Lokasi (X1)	X1.1	0,000	Valid
	X1.2	0,000	Valid
	X1.3	0,000	Valid
	X1.4	0,000	Valid
	X1.5	0,000	Valid
Pengetahuan (X2)	X2.1	0,000	Valid
	X2.2	0,000	Valid
	X2.3	0,000	Valid
	X2.4	0,000	Valid
Keputusan Konsumen (Y1)	Y1.1	0,000	Valid
	Y1.2	0,000	Valid
	Y1.3	0,000	Valid

Pada tabel diatas yang merupakan hasil uji validitas dengan kriteria pengujian menggunakan nilai signifikan. Pada 12 item pertanyaan dari 3 variabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikannya adalah 0,000 pada setiap itemnya. Dan apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka pengujian dapat dikatakan valid. Maka semua item diatas pada uji validitas dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk mencari tahu data penelitian yang sudah diolah dapat dipercaya atau malah diragukan. Uji reliabilitas bisa memperkirakan setiap variabel yang digunakan dengan pertanyaan atau pernyataan. Digunakan dengan membandingkan nilai cronbach's alpha. Variabel dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha lebih dari 0,6, dan sebaliknya jika nilai cronbach's alpha kurang dari 0,6 maka variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji Realiabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Cut Off</b>	<b>Keterangan</b>
Lokasi (X1)	0,876	0,6	Reliabel
Pengetahuan (X2)	0,853	0,6	Reliabel
Keputusan Konsumen (Y1)	0,846	0,6	Reliabel

Pada tabel diatas merupakan hasil uji reliabilitas pada penelitian ini. Dan dapat dilihat dari nilai cronbach's alpha setiap variabel melebihi nilai 0,6. Sesuai dengan kriteria pada uji reliabilitas yang sudah disebutkan, maka dapat dinyatakan bahwa setiap variabel pada penelitian ini reliabel.

### 3. Teknik Analisis Data

#### a. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Multikolenieritas

Uji multikolenieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolenieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Cara mengetahui ada tidaknya gejala multikolenieritas dengan melihat nilai *Variabel Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria nilai *Variabel Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan tolerance yang lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolenieritas. (Gunawan, 2020, hlm. 119-123)

**Tabel 4.14**

#### Hasil Uji Multikolenieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Lokasi	0,869	1,150	Tidak Terjadi Multikolenieritas
Pengetahuan	0,869	1,150	Tidak Terjadi Multikolenieritas

Tabel diatas merupakan hasil uji multikolenieritas pada penelitian ini. Dapat dilihat pada nilai VIF pada setiap variabel yang

kurang dari 10 dan nilai tolerance pada setiap variabel yang melebihi 0,1. Dan kemudian dapat dinyatakan bahwa pada uji multikolenieritas penelitian ini tidak terjadi gejala multikolenieritas.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini mempunyai fungsi untuk menguji model regresi terjadi atau adakah varian residual yang tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Apabila varian nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap maka hal itu disebut dengan homoskedastisitas, sebaliknya apabila varian berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain maka hal itu disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik biasanya yang tidak memiliki heteroskedastisitas, atau dengan kata lain model regresi yang baik adalah yang memiliki homoskedastisitas. Suatu data dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas dapat dilihat jika nilai signifikannya lebih dari 0,05.

**Tabel 4.15**

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,289	,503		2,560	,012
Lokasi	-,001	,024	-,006	-,060	,952
Pengetahuan	-,020	,029	-,074	-,685	,495

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

<b>Variabel Bebas</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
Lokasi	0,952	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas (Homokedastisitas)
Pengetahuan	0,495	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas (Homokedastisitas)

Berdasarkan tabel diatas yang merupakan hasil pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini. Dapat dilihat pada nilai signifikan setiap variabel bebas, yaitu variabel lokasi dengan nilai signifikan 0,952 dan variabel pengetahuan dengan nilai signifikan 0,495. Nilai signifikan setiap variabel bebas tersebut melebihi 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa pada pengujian ini setiap variabel bebas tersebut diatas tidak mengalami heteroskedastisitas.

### 3) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan supaya mendapatkan distribusi data pada variabel-variabel yang hendak dipergunakan pada penelitian ini. Pada umumnya data yang baik dan cocok dipergunakan pada penelitian ini merupakan data yang berdistribusi normal. Untuk



kriteria pengambilan keputusan yang berdistribusi normal atau tidak apabila jika nilai signifikansi pada data bernilai lebih dari 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi pada data bernilai kurang dari 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal. (Enterprise, 2014, hlm. 43)

**Tabel 4.17**

**Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,25453934
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,079
	Positive	,079
	Negative	-,068
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,121

Tabel diatas merupakan hasil uji normalitas menggunakan tes One Sample Kolmogorov Smirnov. Dapat dilihat dari hasil uji diatas dengan nilai signifikansi 0,121 yang nilainya melebihi 0,05, maka

dapat disimpulkan bahwa nilai residual pengujian diatas berdistribusi normal.

b. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda yaitu regresi yang menghubungkan lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda karena menggunakan dua variabel bebas yaitu lokasi sebagai  $X_1$  dan pengetahuan sebagai  $X_2$ , kemudian menggunakan satu variabel terikat yaitu Keputusan Konsumen sebagai  $Y_1$ . Analisis ini berguna untuk memprediksi perubahan pada nilai variabel bebas yang dipengaruhi oleh variabel terikat. (Iskandar, Jaya, Warti, & Zaini, 2022, hlm. 154)

**Tabel 4.18**

**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,961	,809		6,135	,000
Lokasi (X1)	,081	,039	,164	2,085	,040
Pengetahuan (X2)	,368	,047	,618	7,881	,000

Berdasarkan tabel tersebut diatas, dapat dibuat model persamaan regresi linier berganda yang dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

$$Y = 4,961 + 0,081 X_1 + 0,368 X_2 + e$$

Kemudian dapat ditarik kesimpulan dari tabel dan persamaan regresi linier berganda diatas bahwa:

- 1) a yang merupakan konstanta dengan nilai sebesar 4,961 menyatakan bahwa apabila variabel bebas yaitu lokasi dan pengetahuan dianggap konstan, maka sebesar 4,961 adalah besaran Keputusan Konsumen menggunakan produk dari BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Amuntai.
- 2)  $B_1$  yang merupakan koefisien regresi berganda variabel lokasi ( $X_1$ ) dengan nilai sebesar 0,081 menyatakan bahwa variabel lokasi ( $X_1$ ) dapat mempengaruhi Keputusan Konsumen menggunakan produk dari BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Amuntai sebesar 0,081.
- 3)  $B_2$  yang merupakan koefisien regresi berganda variabel lokasi ( $X_2$ ) dengan nilai sebesar 0,368 menyatakan bahwa variabel lokasi ( $X_2$ ) dapat mempengaruhi Keputusan Konsumen menggunakan produk dari BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Amuntai sebesar 0,368.

c. Uji Hipotesis

### 1) Uji T (Uji Parsial)

Uji T biasanya digunakan untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial atau untuk mengetahui variabel mana yang lebih mempengaruhi variabel terikat. Maka dari itu digunakan uji T. Pada penelitian ini kedua variabel bebas yaitu lokasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan ( $X_2$ ) akan diuji untuk mendapatkan besarnya pengaruh terhadap variabel Keputusan Konsumen ( $Y_1$ ).

$$\begin{aligned}
 \text{Mencari } t_{\text{tabel}} &= t(\alpha/2 ; n - k - 1) \\
 &= t(0,05/2 ; 100 - 2 - 1) \\
 &= t(0,025 ; 97) \\
 &= 1,984723
 \end{aligned}$$

**Tabel 4.19**

#### Hasil Uji Parsial

Variabel Bebas	$t_{\text{hitung}}$	Sig.	$t_{\text{tabel}}$	Keterangan
Lokasi	4,154	0,000	1,984	Signifikan
Pengetahuan	9,108	0,000	1,984	Signifikan

Hasil dari uji Parsial (Uji T) pada tabel diatas dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a) Pada variabel lokasi ( $X_1$ ) memiliki  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  yaitu  $4,154 > 1,984$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya dalam pengujian ini dapat dinyatakan

bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen.

- b) Pada variabel pengetahuan (X2) memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $9,108 > 1,984$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya dalam pengujian ini dapat dinyatakan bahwa variabel pengetahuan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen.

## 2) Uji F (Uji Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan atau sebaliknya antara variabel bebas yang dengan ini dinyatakan lokasi sebagai  $X_1$  dan pengetahuan sebagai  $X_2$  berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Konsumen sebagai  $Y_1$ .

Dengan kriteria apabila nilai signifikannya kurang dari 0,05 maka terdapat pengaruh kedua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Jika sebaliknya yaitu nilai signifikannya lebih dari 0,05 maka tidak terdapat pengaruh antar variabel. Kemudian apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terdapat pengaruh kedua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Namun jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh antar variabel. (Albar & Muhlis, 2021, hlm. 13)

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Simultan**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	144,777	2	72,388	45,065	,000
Residual	155,813	97	1,606		
Total	300,590	99			

F tabel didapatkan dari df 1 dan df 2 dengan rumus berikut:

$$df 1 = k - 1$$

$$= 3 - 1$$

$$= 2$$

$$df 2 = n - k$$

$$= 100 - 2$$

$$= 98$$

Dengan k adalah jumlah semua variabel dan n adalah jumlah sampel. Maka didapatkan df 1 dan df 2 masing-masing sebesar 2 dan 98. Untuk mendapatkan nilai F tabel maka tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05. Maka didapatkan F tabel sebesar 3,089 dari tabel distribusi.

Dapat dilihat pada tabel 4.18 diatas bahwa nilai signifikansi dari variabel lokasi ( $X_1$ ) dan variabel pengetahuan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Konsumen ( $Y_1$ ) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  Kemudian diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 45,065 dan nilai F tabel sebesar 3,089 nilai F hitung  $45,065 >$  nilai F tabel 3,089.

Maka dinyatakan bahwa secara simultan kedua variabel bebas lokasi ( $X_1$ ) dan pengetahuan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen ( $Y_1$ ) menggunakan produk BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Amuntai.

### 3) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan agar melihat seberapa besar hubungan yang diperlihatkan pada apakah perubahan variable terikat pada perbandingan yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai R Square ( $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variable independen (X) terhadap variable dependen (Y). Semakin besar koefisien determinasi, semakin baik pula kemampuan variable X mempengaruhi variable Y. (Darma, 2021, hlm. 53)

Berikut hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang peneliti dapatkan:

**Tabel 4.21****Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,694 <sup>a</sup>	,482	,471	1,267

Berdasarkan table tersebut diatas, didapatkan bahwa besar pengaruh lokasi dan pengetahuan terhadap Keputusan Konsumen adalah sebesar 0,482 atau 48,2%. Nilai tersebut didapatkan dari table R Square ( $R^2$ ) pada table 4.19. Hal ini dapat diartikan bahwa kedua variable independen yaitu lokasi dan pengetahuan cukup mempengaruhi Keputusan Konsumen sebesar 48,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variable diluar penelitian ini.

**E. Pembahasan**

## 1. Pengaruh Lokasi (X1) Terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Dari hasil pembahasan yang telah dipaparkan di atas dapat diketahui bahwa variabel lokasi (X1) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Konsumen dengan uji t (parsial) didapatkan  $t_{hitung} (4,154) > t_{tabel} (1,984)$ . Nilai signifikan  $(0,000) < 0,05$  yang berarti hipotesis diterima dan variabel lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Konsumen menggunakan produk BSI di Kantor Cabang Amuntai.



Lokasi adalah salah satu penyebab dari situasional yang mempengaruhi keputusan pembelian. Ujang suwarman (2004) berpendapat bahwa lokasi adalah sebuah tempat untuk usaha yang dapat tempat usaha yang sangat mempengaruhi kehendak konsumen-konsumen agar berdatangan hingga berbelanja. Kemudian Fandy Tjiptono (2002) berpendapat bahwa sebuah lokasi merupakan lokasi sebuah tempat usaha berjalan atau lokasi sebuah tempat usaha melangsungkan kegiatan dalam menghasilkan barang serta jasa yang untuk mendapatkan keuntungan dari segi ekonominya. (Rizal, Adam, & Mahdani, 2017, hlm. 80-81)

## 2. Pengaruh Pengetahuan (X2) Terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Dari hasil pembahasan yang telah dipaparkan di atas dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan (X2) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Konsumen dengan uji T (parsial) didapatkan  $t_{hitung} (9,108) > t_{table} (1,984)$ . Nilai signifikan  $(0,000) < 0,05$  yang berarti kalau hipotesis diterima dan variabel pengetahuan (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Konsumen menggunakan produk BSI Kantor Cabang Amuntai.

Dalam memilih sebuah lokasi usaha bisa dianggap sebagai sebuah ketentuan investasi yang mempunyai maksud dan tujuan yang strategis. contohnya yaitu agar dapat mempermudah akses untuk pelanggan. Dalam menetapkan sebuah lokasi setiap usaha merupakan sebuah tugas yang sangat penting untuk pemilik usaha itu sendiri dikarenakan jika salah mengambil lah keputusan bisa berakibat kegagalan usaha karena ketidaksesuaian lokasi berdirinya sebuah

usaha tersebut menentukan seberapa banyak konsumen yang menginginkan produk yang dijual. (Roslan, et al., 2021, hlm. 62-63)

### 3. Pengaruh Lokasi (X1) dan Pengetahuan (X2) Terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Lokasi (X1) dan Pengetahuan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan membandingkan koefisien regresi (Beta) antara variabel satu dengan variabel yang lain, maka bisa didapatkan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen (Y). Variabel dominan ini adalah merupakan variabel yang memiliki koefisien regresi (Beta) yang paling besar diantara variabel lainnya.

Dari hasil uji yang sudah dilakukan untuk penelitian ini didapatkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen (Y) yaitu Pengetahuan (X2) dengan 0,618, kemudian disusul dengan variabel Lokasi (X1) sebesar 0,164. Menurut hasil dari koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) didapatkan hasil, apabila hubungan antar variabel Lokasi (X1) dan variabel Pengetahuan (X2) mempunyai hubungan yang positif yaitu sebesar 0,482 (48%) dan sebesar 0,518 (52%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar persamaan regresi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.