

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN PENYAJIAN DATA

A. Penyajian Data

1. Profil Desa Makmur Kecamatan Gambut

Desa / Kelurahan	: Makmur
Kecamatan	: Gambut
Kabupaten / Kota	: Banjar
Provinsi	: Kalimantan Selatan
Kode Pos	: 70652
Kode Area	: 2004
Telepon	: 0857 5320 1185
Status Desa / Kelurahan	: Berkembang
Batas Wilayah Sebelah Utara	: Tambak Sirang Darat
Batas Wilayah Sebelah Timur	: Guntung Papuyu
Batas Wilayah Sebelah Selatan	: Sungai Kupang
Batas Wilayah Sebelah Barat	: Bunipah
Desa / Kelurahan Terjauh	: 1 km
Ibukota Kecamatan	: 12 km
Wilayah Kerja Bupati	: 22 km
Ibukota Kabupaten / Kota	: 20 km
Lingkungan / Dusun	: 2 buah
Rukun Tetangga / RT	: 6 buah
Status Kepemilikan	: Milik Pemerintah

Kepala Desa Makmur	: Antung Sahidah
Sekretaris	: Muhammad Zalil
Kasi Pemerintahan	: Khairirrahman
Kasi Kesejahteraan dan Pelayanan	: Ratna Ningsih
Kaur Umum dan Perencanaan	: Erma Wati
Kaur Keuangan	: Dina Annisa
Kepala Lingkungan 1	: Abdurrahman
Kepala Lingkungan 2	: Muhammad Noor
Ketua RT 001	: Saniatur Rahman
Ketua RT 002	: Ahmad Abduh
Ketua RT 003	: Faridah
Ketua RT 004	: M. Arsyad
Ketua RT 005	: Ali Sadiqin
Ketua RT 006	: Ruba'i

(Sumber : Hasil wawancara dengan Kepala Desa Makmur Kecamatan Gambut.)

a. Karakteristik Responden

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran kuesioner kepada responden di Desa makmur Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar dengan cara mendatangi dan memberikan kuesioner secara langsung kepada anggota yang akan menjadi responden berdasarkan pertimbangan penulis. Karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran tentang identitas responden, dalam penelitian ini semua responden adalah berjenis

kelamin laki-laki dan perempuan serta yang berprofesi sebagai Petani.

Berikut penjelasan karakteristik anggota yang menjadi responden.

a) Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia

No.	Usia	Frekuensi	%
1	25 – 40	18	26,1%
2	41 – 60	51	73,9%
	Total	69	100

Sumber: Hasil penelitian Juni 2023 (data diolah)

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada para warga memperlihatkan bahwa responden dengan usia 41-60 tahun memiliki jumlah sebanyak 51 responden atau sekitar 73.9% dari total anggota yang menjadi responden keseluruhan, hal ini dikarenakan anggota yang berada di usia 41-60 tahun memang lebih mengenal dan menggunakan produk bank syariah tersebut.

b) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis kelamin	Frekuensi	%
1	Laki-laki	52	75.4%
2	Perempuan	17	24.6%
	Total	69	100%

Sumber: Hasil penelitian Juni 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas diketahui jumlah responden laki-laki lebih banyak mendominasi dari pada responden laki-laki yaitu sebanyak

52 orang (75.4%), sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 17 Orang (24.6%). Ini menunjukkan bahwa warga yang mengisi kuesioner ini yang ditemui penulis dalam proses pengumpulan data lebih banyak laki-laki.

b. Deskripsi Variabel

Data yang berhasil diperoleh dari hasil membagikan kuesioner kepada para responden di Desa Makmur diolah kemudian dijelaskan hingga data responden yang menggambarkan pengaruh faktor produk, faktor lokasi, dan faktor promosi di Desa Makmur, Kec. Gambut, Kab. Banjar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tanggapan Responden Terhadap Faktor Produk (X1)

Tanggapan responden terhadap Faktor Produk di Desa Makmur

Tabel 4.3. Data Penilaian Resonden Terhadap Faktor Produk

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	69	3	5	4.4058	1.236
X1.2	69	3	5	4.1739	1.346
X1.3	69	3	5	4.2754	1.225
X1.4	69	3	5	4.2899	1.193
X1.5	69	3	5	4.2899	1.383
X1.6	69	3	5	4.2319	
X1.7	69	2	5	4.3478	

X1.8	69	3	5	4.3333	
X1.9	69	3	5	4.2464	

Sumber : dara primer diolah (2023)

Penelitian ini menggunakan skala linier yakni terdiri dari 5 skor yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), Netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5), dalam hal ini pengukuran factor produk dapat diukur menggunakan acuan skor dengan hasil rata-rata jawaban responden. Berdasarkan hasil diatas, pertanyaan pertama tentang produk perbankan (X1) merupakan pertanyaan lainnya yang rata-rata jawaban responden menunjukkan 4,4058 berada pada skala setuju yang artinya pengetahuan nasabah tentang produk perbankan dalam kategori pengetahuan baik jika dibandingkan dengan pernyataan lainnya.

2. Tanggapan Responden Terhadap Faktor Lokasi (X2)

Tanggapan responden terhadap Faktor Lokasi di Desa Makmur

Tabel 4.4 Data Penilaian Resonden Terhadap Faktor Lokasi

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	69	2.00	5.00	4.2319	.68909
X2.2	69	3.00	5.00	4.3188	.58140
X2.3	69	3.00	5.00	4.3623	.56805
X2.4	69	3.00	5.00	4.4203	.57919

Sumber : dara primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel data penilaian responden terhadap faktor

lokasi diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata yaitu tentang lokasi bank syariah (X2) dengan angka mean 4.4203 yang berada pada skala baik mengetahui tentang lokasi perbankan syariah.

3. Tanggapan Responden Terhadap Faktor Promosi (X3)

Tanggapan responden terhadap Faktor Promosi di Desa

Makmur

Tabel 4.5 Data Penilaian Resonden Terhadap Faktor Promosi

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	69	3.00	5.00	4.3043	.69249
X3.2	69	3.00	5.00	4.2754	.59121
X3.3	69	3.00	5.00	4.3913	.59945
X3.4	69	3.00	5.00	4.4783	.63266
X3.5	69	3.00	5.00	4.3188	.65288
X3.6	69	3.00	5.00	4.2464	.67314
X3.7	69	3.00	5.00	4.3768	.54507

Sumber : dara primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel data penilaian responden terhadap faktor promosi diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata yaitu tentang promosi bank syariah (X3) dengan angka mean 4.4783 yang berada pada skala baik mengenai ketertarikan promosi perbankan syariah.

c. Analisa Data Pengambilan keputusan masyarakat

Variabel keputusan konsumen merupakan variabel dependen yang membahas tentang pengambilan keputusan

masyarakat dalam memilih bank syariah dengan mengukur hal-hal yang menjadi alasan seseorang dalam mengambil keputusan tersebut. Tanggapan responden terhadap pengetahuan pemakaian dirangkum berdasarkan tabel berikut :

Tabel 4.6 Data Penilaian Responden Terhadap Keputusan Masyarakat

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	69	3.00	5.00	4.2319	.66741
Y2	69	3.00	5.00	4.2899	.64401
Y3	69	3.00	5.00	4.3333	.53321
Y4	69	3.00	5.00	4.4058	.64895
Y5	69	3.00	5.00	4.2464	.60405
Y6	69	3.00	5.00	4.4058	.57698
Y7	69	3.00	5.00	4.2899	.54507
Y8	69	3.00	5.00	4.4928	.60932
Y9	69	3.00	5.00	4.4058	.57698
Y10	69	3.00	5.00	4.4058	.69280

Sumber : data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel penilaian responden terhadap pengambilan keputusan memilih bank syariah tersebut, pertanyaan dengan nilai mean terendah adalah pertanyaan tentang keputusan memilih bank syariah yang diberikan bank (Y1) dengan nilai mean 4.2319 dari tanggapan responden yang berarti responden setuju dengan hal itu

tetapi jika dibandingkan dengan pernyataan lain maka bukanlah alasan yang sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan memilih bank syariah. Sedangkan pertanyaan dengan nilai mean tertinggi adalah pertanyaan mengenai keputusan memilih bank syariah karena mengetahui jenis/ragam produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah (Y8) dengan nilai rata-rata 4.4928 yang berarti bahwa lebih banyak masyarakat setuju akan alasan pengambilan keputusannya dipengaruhi oleh pengetahuan jenis/ragam produk perbankan syariah, hal ini menjadikan kesimpulan bahwa pengambilan keputusan masyarakat di Desa Makmur dalam memilih bank syariah karena jenis dan ragam produk perbankan syariah yang menjadi daya tarik masyarakat dalam memilih bank syariah.

1. Uji Validitas dan reliabilitas

Pengujian Validitas

Pengujian validitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur ketepatan atau tidaknya pernyataan kuesioner, pernyataan pada kuesioner digunakan untuk mengukur indikator-indikator penelitian yang akan diukur melalui kuesioner tersebut.

Uji validitas dilakukan setelah menghasilkan data tanggapan responden yang dihasilkan dari kuesioner yang telah disebar. Penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu SPSS versi 26 dengan menggunakan nilai batas 0,2335 sehingga *Total Person Correlation*

dikatakan valid apabila nilai korelasi menunjukkan angka lebih dari 0,2335 ($>0,2335$) sedangkan jika nilai korelasi kurang dari 0,2335 ($<0,2335$) maka dinyatakan tidak valid. Berikut merupakan tabel hasil uji validitas penelitian ini menggunakan SPSS 26 :

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Ket
1	X1.1	0,619	0,2335	Valid
2	X1.2	0,661	0,2335	Valid
3	X1.3	0,596	0,2335	Valid
4	X1.4	0,736	0,2335	Valid
5	X1.5	0,473	0,2335	Valid
6	X1.6	0,332	0,2335	Valid
7	X1.7	0,525	0,2335	Valid
8	X1.8	0,558	0,2335	Valid
9	X1.9	0,539	0,2335	Valid
10	X2.1	0,530	0,2335	Valid
11	X2.2	0,535	0,2335	Valid
12	X2.3	0,578	0,2335	Valid
13	X2.4	0,543	0,2335	Valid
14	X3.1	0,705	0,2335	Valid
15	X3.2	0,577	0,2335	Valid
16	X3.3	0,603	0,2335	Valid

17	X3.4	0,768	0,2335	Valid
18	X3.5	0,637	0,2335	Valid
19	X3.6	0,625	0,2335	Valid
20	X3.7	0,473	0,2335	Valid
21	Y1	0,460	0,2335	Valid
22	Y2	0,583	0,2335	Valid
23	Y3	0,466	0,2335	Valid
24	Y4	0,584	0,2335	Valid
25	Y5	0,520	0,2335	Valid
26	Y6	0,541	0,2335	Valid
27	Y7	0,439	0,2335	Valid
28	Y8	0,503	0,2335	Valid
29	Y9	0,369	0,2335	Valid
30	Y10	0,712	0,2335	Valid

Sumber : data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas, dengan menggunakan nilai batas 0,2335 maka semua instrumen pertanyaan setiap variabel menunjukkan hasil valid secara keseluruhan karena nilai *Total Person Correlation* menunjukkan angka diatas nilai batas 0,30 sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrument ketiga variabel yang diteliti yaitu Faktor produk (X_1), faktor Lokasi (X_2) dan faktor promosi (X_3) dan variabel keputusan masyarakat (Y) dianggap sudah valid secara keseluruhan.

Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur kestabilan indikator setiap variabel dalam kuesioner dengan menggunakan nilai standart koefisien *Cronbach's Alpha* $0.926 > 0.50$. Jadi variable dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* sama dengan 0,50 atau lebih dari 0,50.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Reliability
Faktor Produk (X1)	0,742	Reliabel
Faktor Lokasi(X2)	0,695	Reliabel
Faktor Promosi(X3)	0,788	Reliabel
Pengambilan Keputusan(Y)	0,818	Reliabel

Sumber : output SPSS 26 (2023)

Dari hasil uji reliabilitas di atas, diperoleh hasil bahwa seluruh variabel atau butir dinyatakan reliabel karena nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 0,50.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen dan dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas akan dilakukan pada masing-masing variabel, tetapi pada nilai residulnya Invalid source specified. Untuk mengetahui hasil dari uji normalitas akan dilakukan menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov Test* dari SPSS 26 sebagai berikut :

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00033919
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.065
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.092 ^c

Sumber : output SPSS 26 (2023)

Berdasarkan nilai signifikan yang ditunjukkan pada tabel di atas sebesar 0,092 dapat dinyatakan bahwa data terdistribusi normal, karena memiliki nilai lebih besar dari taraf signifikan 0,05.

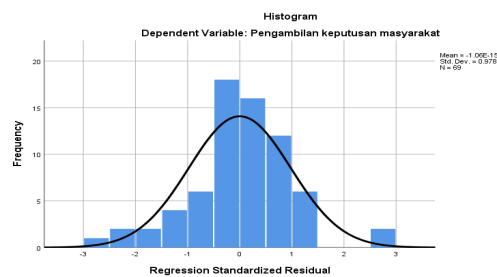
Grafik uji histrogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Dalam uji ini dapat diketahui apakah data berdistribusi normal atau tidak berdasarkan grafik, baik ke kiri maupun ke kanan. Pada dasarnya uji normalitas dengan grafik histogram dapat dikenali dengan melihat persebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik residualnya.

1) Data dikatakan berdistribusi normal jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, diagonal atau grafik histogram.

2) Sebaliknya data dilakukan tidak berdistribusi normal jika data menyebar jauh atau tidak mengikuti garis diagonal grafik histogram.

Gambar 4.1

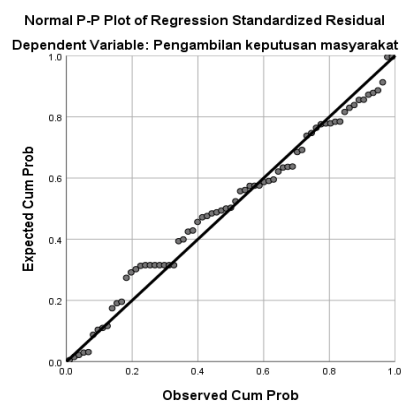
Uji Histogram



Sumber : Hasil penelitian (data diolah menggunakan spss 26) 2023

Gambar 4.2

Uji P-Plot



Sumber : Hasil penelitian (data diolah menggunakan spss 26) 2023

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikolinieritas atau tidak Invalid source specified. Multikolinieritas adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas antar variabel, dapat dilihat *Variable Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* adalah lebih dari 0,1. Berikut uji multikolinieritas penelitian dengan bantuan *SPSS 26* pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Faktor produk kerja	.515	1.942
Faktor Lokasi Akses	.549	1.823
Faktor Promosi	.458	2.184

Sumber : output SPSS 26 (2023)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *tolerance* 0,515 untuk variabel Faktor produk kerja, 0.549 untuk variabel Faktor lokasi akses, dan 0.458 untuk variabel faktor promosi. Angka tersebut menunjukkan lebih besar dari 0,1. Sedangkan nilai VIF diperoleh 1,942 untuk variabel Faktor produk kerja, 1,823 untuk variabel Faktor lokasi akses, dan 2.148 untuk variable factor promosi, angka

tersebut lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas yang artinya tidak ada hubungan antara variabel bebas.

c. Uji Heterokedasdisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika titik-titik menyebar secara acak maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas Invalid source specified. Mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan metode glejser, yang dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya.

1) Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

2) Jika nilai signifikan antara variabel inependen dengan absolut residual lebih kecil dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Berikut uji heteroskedastisitas penelitian dengan menggunakan *SPSS 26* pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Produk Kerja(X1)	0.005	Tidak ada gejala
Lokasi (2)	0.004	Tidak ada gejala

Promosi (3)	0.003	Tidak ada gejala
-------------	-------	------------------

Sumber : output SPSS 26 (2023)

Berdasarkan hasil tabel di atas, dari uji heteroskedastisitas tersebut di dapatkan seluruh variabel penelitian memiliki nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 sehingga pada penelitian ini dinyatakan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi.

Berikut hasil perhitungan uji regresi linear berganda pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9.545	3.049		3.130	.003
	Faktor produk kerja	.307	.098	.309	3.134	.003
	Faktor Lokasi Akses	.451	.207	.208	2.176	.033
	Faktor Promosi	.470	.117	.420	4.010	.000

Sumber : output SPSS 26 (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi yang diperoleh diatas , maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diuraikan berdasarkan persamaan berikut :

$$Y = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e$$

$$Y = 9,545 + 0,307 X_1 + 0,451 X_2 + 0,470 X_3 + e$$

Keterangan dari persamaan diatas dijelaskan dengan uraian

berikut ini:

B_0 = menunjukkan angka 9,545 yang berarti jika semua variabel bebas yaitu faktor produk, faktor lokasi, dan faktor promosi konstan maka angka variabel terikat menunjukkan angka 95,45% sebagai nilai hasil keputusan sehingga memilih bank syariah.

- a. **0,307** X_1 = nilai 0,307 merupakan nilai yang menunjukkan bahwa Faktor produk (X_1) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan dalam memilih bank syariah (Y), sehingga setiap penambahan 1% tanggapan responden tentang faktor produk (X_1) maka akan mempengaruhi variabel (Y) yaitu pengambilan keputusan dalam memilih bank syariah sehingga nilainya menjadi 3,07%.
- b. **0,451** X_2 = nilai 0,451 merupakan nilai yang menunjukkan bahwa faktor lokasi (X_2) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan dalam memilih bank syariah (Y), sehingga setiap penambahan 1% tanggapan responden tentang faktor lokasi (X_2) maka akan mempengaruhi variabel (Y) yaitu pengambilan keputusan dalam memilih bank syariah sehingga nilainya menjadi 4,51%.
- c. **0,470** X_3 = nilai 0,470 merupakan nilai yang menunjukkan bahwa faktor promosi (X_3) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan dalam memilih bank syariah (Y), sehingga setiap

penambahan 1% tanggapan responden tentang faktor promosi (X3) maka akan mempengaruhi variabel (Y) yaitu pengambilan keputusan dalam memilih bank syariah sehingga nilainya menjadi 4.70%.

Berdasarkan uraian persamaan diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan masyarakat di Desa Makmur Kecamatan Gambut dalam memilih bank syariah adalah variabel faktor promosi (X3) dengan nilai koefisien sebesar 0,470 yang merupakan nilai tertinggi dibandingkan dengan nilai koefisien variabel bebas lainnya, sehingga dapat dikatakan bahwa faktor promosi merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan masyarakat di Desa Makmur Kecamatan Gambut dalam Memilih Bank Syariah.

4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi merupakan acuan untuk mengukur kontribusi pengaruh variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y), dalam penelitian ini akan diukur Faktor Produk (X₁), Faktor Lokasi (X₂), Faktor Promosi (X₃), terhadap keputusan memilih bank syariah (Y). Berikut hasil koefisien determinasi penelitian ini :

Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi (R)

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

1	.821 ^a	.674	.659	2.04598
---	-------------------	------	------	---------

Sumber : output SPSS 26 (2023)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi diatas, nilai R menunjukkan angka 0,821 yang menghampiri angka 1, maka koefisien determinasi (*R square*) sebesar $0,821 \times 0,821 = 0,674$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas factor produk (X_1), factor lokasi (X_2), factor promosi (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah (Y) sebesar 67.4%. Jika (100%-67,4%) menghasilkan angka 32,6% yang dapat diartikan bahwa terdapat 32,6% pengaruh variabel lain diluar variabel yang tidak diteliti.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji t) merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Berikut hasil uji t penelitian :

Tabel 4.14 Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9.545	3.049		3.130	.003
	Faktor produk kerja	.307	.098	.309	3.134	.003
	Faktor Lokasi Akses	.451	.207	.208	2.176	.033
	Faktor Promosi	.470	.117	.420	4.010	.000

Sumber : output SPSS 26 (2023)

Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel dengan ketentuan :

Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka terdapat pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima. Sedangkan Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak. Sama halnya jika dilihat dari nilai signifikannya $<$ $0,05$ maka variabel dikatakan signifikan. Jika dilihat dari tabel diatas maka dapat diuraikan hasil berikut ini :

- 1) t hitung faktor produk (X_1) $3,134 >$ t tabel $1,6672$ dengan nilai signifikan $0,003 <$ $0,05$ yang berarti bahwa pengetahuan produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan masyarakat Desa Makmur dalam memilih bank syariah.
- 2) t hitung faktor lokasi (X_2) $2,176 >$ t tabel $1,6672$ dengan nilai signifikan $0,033 <$ $0,05$ yang berarti bahwa faktor lokasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor lokasi (X_2) berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel keputusan masyarakat Desa Makmur dalam memilih bank syariah.
- 3) t hitung faktor promosi (X_3) $4,010 >$ t tabel $1,6672$ dengan nilai signifikan $0,000 <$ $0,05$ yang berarti bahwa faktor promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor

promosi (X_3) berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel keputusan masyarakat Desa Makmur dalam memilih bank syariah.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan f merupakan pengujian serentak variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama atau tidaknya terhadap variabel terikat.

Berikut hasil uji simultan penelitian :

Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	563.154	3	187.718	44.844	.000 ^b
	Residual	272.092	65	4.186		
	Total	835.246	68			

Sumber : output SPSS 26 (2023)

B. Analisis Data

Berdasarkan tabel hasil uji simultan (uji f) diatas maka nilai F hitung sebesar $44.844 > F$ tabel 1,725 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa berpengaruh signifikan Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel bebas faktor produk (X_1), faktor lokasi (X_2), dan faktor promosi (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat Desa Makmur dalam memilih bank syariah (Y).

Penelitian ini membahas tentang Faktor Produk (X_1), Faktor lokasi (X_2), dan Faktor promosi (X_3), terhadap pengambilan keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah (Y), dalam hal ini yaitu pada Masyarakat di Desa Makmur Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar.

Berdasarkan hasil analisis diatas maka yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah :

a. Faktor Produk (X1)

Berdasarkan uji regresi linear berganda faktor produk (X1) $3,134 > t$ tabel $1,6672$ dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ yang berarti bahwa pengetahuan produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel pengambilan keputusan masyarakat Desa Makmur dalam memilih bank syariah.

Hal ini didukung dengan adanya teori pengambilan keputusan oleh (Sumarwan, 2011) mengenai Faktor individu merupakan faktor paling utama yang merupakan suatu hal yang datang dari dalam diri serta mempengaruhi psikologis sehingga adanya proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu penelitian ini sejalan dengan Resty Mutyara Putri dengan hasil penelitian bahwa faktor produk berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap pengambilan keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah.

b. Faktor Lokasi (X2)

Berdasarkan uji regresi linear berganda faktor lokasi (X2) $2,176 > t$ tabel $1,6672$ dengan nilai signifikan $0,033 < 0,05$ yang berarti bahwa faktor lokasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor lokasi (X2) berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel pengambilan keputusan masyarakat Desa Makmur dalam memilih bank syariah.

c. Faktor Promosi (X_3)

Berdasarkan uji regresi linear berganda faktor promosi (X_3) $4,010 > t$ tabel $1,6672$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa faktor promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor promosi (X_3) berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel pengambilan keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah.