

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

1. Sejarah Singkat Bank Kalsel Syariah

Sistem ekonomi Indonesia rusak parah akibat krisis ekonomi serta moneter berlangsung antara tahun 1997 dan 1998. Banyaknya organisasi keuangan, termasuk bank, mendapati kesusahan finansial selama ini. Menanggapi rintangan itu, Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Selatan sudah mengubah Perda 16 Tahun 2003 mengatur tentang pengelolaan operasional unit usaha syariah, selain pemberlakuan dual banking system dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 perihal Perbankan (Profil Bank KalSel, 2024).

Dalam rangka memberikan alternatif layanan perbankan syariah bagi warga muslim Kalsel, Bank Kalsel Syariah hadir pada 13 Agustus 2004. Semenjak itu, Bank Kalsel telah membentuk Unit Usaha Syariah dan Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Kini Kantor Cabang Syariah Banjarmasin berada pada Jalan S. Parman, RT. 03 Banjarmasin Faks: (0511) 3352457 Telepon: (0511) 3352349 (Profil Bank KalSel, 2024).

Selanjutnya Kantor Cabang Syariah Kandangan telah dibuka pada tanggal 4 Desember 2005 dengan lokasi pada Jl. P. Antasari Nomor 108-109 Kandangan Telepon : (0517) 22286; Fax: (0517) 23768, sehingga kini pembentukan jaringan kantor Unit Usaha Syariah sudah menjangkau nyaris seluruh wilayah dan kota pada Provinsi Kalimantan Selatan. Serta Bank

Kalsel Kedai Syariah Cabang Paringin di Jalan Ahmad Yani, Batu

Piring, Kecamatan Paringin Sel, Kabupaten Balangan, Kalsel 71662.

Bank Kalsel Syariah mempunyai Dewan Pengawas Syariah yang mengawasi aktivitas bank serta menentukan operasional bank tetap stabil didalam mengumpulkan serta mengeluarkan dananya, memberikan layanan berbasis syariah, serta mengembangkan produk bank baru berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional – MUI (Profil Bank KalSel, 2024).

2. Tabungan Haji Ar-Rahman

Adalah simpanan guna mencukupi persyaratan serta banyaknya bayaran haji (anggaran pelaksanaan haji) diselenggarakan sesuai akad Mudharabah Muthlaqah. Benefit :

- a. Sistem secara otomatis terkoneksi dengan SISKOHAT,
- b. sehingga aman serta terjaga LPS (Lembaga Penjamin Simpanan)
- c. Dapat disimpan secara bertahap tergantung pada kemampuan
- d. Pembagian keuntungan yang kompetitif
- e. Bebas biaya administrasi
- f. Fasilitas pembayaran zakat otomatis

Persyaratan :

- a. Lengkapi formulir pembukaan rekening
- b. berikan identifikasi (e-KTP/Akte Kelahiran)
- c. Melakukan setoran awal

3. Produk-Produk Bank KalSel Syariah

Akad dalam Tabungan Haji iB Ar Rahman adalah akad Mudharabah Muthlaqah. Mudharabah Muthlaqah yaitu transaksi penanaman dana dari pemilik dana (nasabah) kepada pengelola dana (bank) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah dengan pembagian hasil usaha

antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

Layanan produk yang ada di Bank Kalsel Kedai Syariah terdiri dari :

1. Giro iB Al-Amanah

Giro iB Al-Amanah merupakan salah satu produk Bank Kalsel Syariah yang dikhususkan untuk memfasilitasi keperluan transaksi bisnis anda, baik untuk perorangan maupun non perorangan yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah. Dengan dua pilihan akad yang disediakan yaitu Akad Wadiah dan Akad Mudharabah, anda dibebaskan untuk memilih akad yang sesuai dengan kebutuhan. Anda dapat bertransaksi setiap saat dengan menggunakan fasilitas *e-Banking* (Aksel By Bank Kalsel atau Internet Banking Bisnis iB), Cek/Bilyet Giro iB, Pemindahbukuan maupun sarana perintah lainnya. Akad yang digunakan Wadiah adalah titipan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain untuk dijaga dan dikembalikan ketika diminta kembali.

Mudarabah adalah akad Kerjasama suatu usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (malik,shahib al-mal) menyediakan seluruh modal, sedang pihak kedua (‘amil, mudharib) bertindak selaku pengelola dan keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak.

2. Tabungan iB Al-Barakah

Tabungan iB Al-Barakah adalah simpanan yang penarikannya

dapat dilakukan setiap saat sesuai dengan syarat yang disepakati dan dikelola berdasarkan prinsip syariah. Tabungan iB Al-Barakah terbagi 2 (dua) jenis yaitu Tabungan berdasarkan akad wadiah yad dh amanah (titipan) dan Tabungan berdasarkan akad mudharabah muthlaqah (investasi).

Akad yang dapat digunakan :

1. Wadiah yaitu transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu.
2. Mudharabah yaitu transaksi penanaman dana dari pemilik dana (nasabah) kepada pengelola dana (bank) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.
3. Tabungan iB Pelajar
Merupakan simpanan yang dikhususkan bagi para pelajar baik SD, SLTP, dan SLTA yang dikelola berdasarkan akad Mudharabah dengan nisbah bagi hasil dan dapat ditarik setiap saat. Akad yang digunakan merupakan akad Mudharabah.
4. Tabungan iB Simpel

Tabungan SimPel adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong

budaya menabung sejak dini, dalam rangka peningkatan literasi dan inklusi keuangan.

5. Tabungan Haji iB Ar-Rahman

Tabungan Haji iB Ar Rahman merupakan tabungan yang di khususkan untuk mendaftarkan porsi haji, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta dapat dimiliki semua kalangan masyarakat yang dikelola berdasarkan akad Mudharabah Muthlaqah. Mudharabah Muthlaqah yaitu transaksi penanaman dana dari pemilik dana (nasabah) kepada pengelola dana (bank) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

6. TabunganKu iB

Merupakan simpanan dana pihak ketiga pada Bank Kalsel Syariah dengan menggunakan Akad Wadiah yang dapat ditarik setiap saat. Wadiah yaitu transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu.

7. Tabungan iB Al Barakah Hadiah Langsung

Merupakan Tabungan investasi jangka panjang dengan skema bagi hasil yang di berikan kepada nasabah berupa hadiah langsung berupa barang/jasa sesuai kebutuhan nasabah dan barang/jasa yang di inginkan sesuai dengan perhitungan dana yang disimpan di Bank

Kalsel Syariah.

8. Deposito iB Mudharabah

Merupakan simpanan berjangka berupa investasi sesuai syariah dengan prinsip Akad Mudharabah Muthlaqah dengan nisbah bagi hasil khusus dengan jangka waktu 1, 3, 6, dan 12 bulan. Mudharabah yaitu transaksi penanaman dana dari pemilik dana (nasabah) kepada pengelola dana (bank) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Pria	11	27,5%
2	Wanita	29	72,5%
Jumlah		40	100%

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Sesuai tabel tersebut membuktikan kebanyakan responden bergender wanita yakni sejumlah 29 orang ataupun 72,5%. Sedangkan responden bergender laki-laki sebanyak sebelas orang ataupun 27,5% saja.

b. Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 4. 2 Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	S1	16	40%

2	SMA	14	35%
3	SMP	10	25%
Jumlah		40	100%

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Berdasarkan tabel tersebut membuktikan mayoritas responden mempunyai derajat Pendidikan S1 yaitu sejumlah 16 orang ataupun 40%, derajat Pendidikan SMA sejumlah 14 orang ataupun 35% serta derajat Pendidikan SMP sebanyak 10 orang ataupun 25%.

c. Usia Responden

Tabel 4. 3 Usia Responden

No	Umur Responden	Frekuensi	Persentase
1	25-30 tahun	5	12,5
2	31-35 tahun	10	25
3	36-40 tahun	14	35
4	>41 tahun	11	27,5
Jumlah		40	100%

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Sesuai tabel tersebut membuktikan kebanyakan responden berumur 36-40 tahun yakni sebesar 14 orang ataupun 35%. Umur > 41 tahun sejumlah 11 orang ataupun 27,5%. Umur 31-35 tahun sejumlah 10 individu ataupun 25% serta umur 25-30 tahun sejumlah 5 individu ataupun 12,5%.

3. Distribusi jawaban kuisisioner oleh Responden

a. Distribusi kuisisioner Variabel X1

Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Variabel X1

No	Item Pertanyaan		Netral	Setuju	Sangat setuju	Jumlah
1	X1.1	<i>f</i>	21	8	11	40
		%	52,5	20,0	27,5	100%
2	X1.2	<i>f</i>	19	14	7	40
		%	47,5	35,0	17,5	100%
3	X1.3	<i>f</i>	23	12	5	40
		%	57,5	30,0	12,5	100%
4	X1.4	<i>f</i>	17	12	11	40
		%	42,5	30,0	27,5	100%
5	X1.5	<i>f</i>	17	12	11	40
		%	42,5	30,0	27,5	100%

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Sesuai tabel tersebut membuktikan kebanyakan responden menanggapi pertanyaan yang diajukan dengan tanggapan netral terhadap semua pertanyaan yang diajukan.

b. Distribusi kuisisioner Variabel X2

Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel X2

No	Item Pertanyaan		Netral	Setuju	Sangat setuju	Jumlah
1	X2.1	<i>f</i>	19	12	9	40
		%	47,5	30,0	22,5	100%
2	X2.2	<i>f</i>	17	12	11	40
		%	42,5	30,0	27,5	100%
3	X2.3	<i>f</i>	19	19	2	40
		%	47,5	47,5	5,0	100%
4	X2.4	<i>f</i>	18	13	9	40
		%	45,0	32,5	22,5	100%
5	X2.5	<i>f</i>	17	12	11	40
		%	42,5	30,0	27,5	100%
6	X2.6	<i>f</i>	17	18	5	40
		%	42,5	45,0	12,5	100%
7	X2.7	<i>f</i>	17	12	11	40
		%	42,5	30,0	27,5	100%
8	X2.8	<i>f</i>	17	13	10	40
		%	42,5	32,5	25,0	100%
9	X2.9	<i>f</i>	17	13	10	40
		%	42,5	32,5	25,0	100%

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Sesuai tabel tersebut membuktikan kebanyakan responden menanggapi pertanyaan yang diajukan dengan tanggapan netral terhadap semua pertanyaan yang diajukan.

c. Distribusi kuisisioner Variabel X3

Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Variabel X3

No	Item Pertanyaan		Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju	Jumlah
1	X3.1	<i>f</i>	0	22	5	15	40
		%	0	52,4	11,9	35,7	100%
2	X3.2	<i>f</i>	0	20	16	4	40
		%	0	50,0	40,0	10,0	100%
3	X3.3	<i>f</i>	0	20	13	9	40
		%	0	47,6	31,0	21,4	100%
4	X3.4	<i>f</i>	2	18	10	10	40
		%	5,0	45,0	25,0	25,0	100%
5	X3.5	<i>f</i>	0	18	9	13	40
		%	0	45	22,5	32,5	100%
6	X3.6	<i>f</i>	0	20	14	6	40
		%	0	50	35	15	100%
7	X3.7	<i>f</i>	0	18	15	7	40
		%	0	45	37,5	17,5	100%

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Sesuai tabel tersebut membuktikan kebanyakan responden menanggapi pertanyaan yang diajukan dengan tanggapan netral terhadap semua pertanyaan yang diajukan.

d. Distribusi kuisisioner Variabel Y

Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Y

No	Item Pertanyaan		Netral	Setuju	Sangat setuju	Jumlah
1	X2.1	<i>f</i>	17	8	15	40
		%	42,5	20,0	37,5	100%

2	X2.2	<i>f</i>	18	15	7	40
		%	45,0	37,5	17,5	100%
3	X2.3	<i>f</i>	19	14	7	40
		%	47,5	35,0	17,5	100%
4	X2.4	<i>f</i>	19	12	9	40
		%	47,5	30,0	22,5	100%
5	X2.5	<i>f</i>	17	7	16	40
		%	42,5	17,5	40,0	100%
6	X2.6	<i>f</i>	17	12	11	40
		%	42,5	30,0	27,5	100%
7	X2.7	<i>f</i>	17	8	15	40
		%	42,5	20,0	37,5	100%
8	X2.8	<i>f</i>	19	14	7	40
		%	47,5	35,0	17,5	100%
9	X2.9	<i>f</i>	17	12	11	40
		%	42,5	30,0	27,5	100%
10	X.10	<i>f</i>	17	15	8	40
		%	42,5	37,5	20,0	100%

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Sesuai tabel tersebut membuktikan kebanyakan responden menanggapi pertanyaan yang diajukan dengan tanggapan netral terhadap semua pertanyaan yang diajukan.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisiонер

Tabel 4. 8 Uji Validitas dan reliabilitas Kuisiонер

No	Variabel	Item pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan	Cronbach alpha
1	X1 (Pelayanan)	X1.1	0.2638	.903**	Valid	0,931
		X1.2	0.2638	.916**	Valid	
		X1.3	0.2638	.833**	Valid	
		X1.4	0.2638	.900**	Valid	
		X1.5	0.2638	.883**	Valid	
2	X2 (Promosi)	X2.1	0.2638	.885**	Valid	0,974
		X2.2	0.2638	.906**	Valid	
		X2.3	0.2638	.894**	Valid	
		X2.4	0.2638	.939**	Valid	
		X2.5	0.2638	.916**	Valid	
		X2.6	0.2638	.925**	Valid	

		X2.7	0.2638	.916**	Valid	
		X2.8	0.2638	.939**	Valid	
		X2.9	0.2638	.885**	Valid	
3	X3 (Reputasi)	X3.1	0.2638	.815**	Valid	0,948
		X3.2	0.2638	.900**	Valid	
		X3.3	0.2638	.896**	Valid	
		X3.4	0.2638	.831**	Valid	
		X3.5	0.2638	.883**	Valid	
		X3.6	0.2638	.909**	Valid	
		X3.7	0.2638	.947**	Valid	
4	Y (minat nasabah)	Y1	0.2638	.926**	Valid	0,978
		Y2	0.2638	.931**	Valid	
		Y3	0.2638	.909**	Valid	
		Y4	0.2638	.901**	Valid	
		Y5	0.2638	.932**	Valid	
		Y6	0.2638	.903**	Valid	
		Y7	0.2638	.896**	Valid	
		Y8	0.2638	.882**	Valid	
		Y9	0.2638	.952**	Valid	
		Y10	0.2638	.921**	Valid	

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Sesuai tabelnya tersebut membuktikan angka r hitung $>$ r tabel hingga mendapatkan kesimpulan bahwa pertanyaan yang dipakai dikatakan valid serta bisa dikemukakan ke responden. Karena nilai *cronbach alpha* menunjukkan nilai $>$ 0,60 demikian mendapat kesimpulan maka item pertanyaan yang dipakai reliabel.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4. 9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	12
Normal Parameters ^{a,b} Mean	1.0506

	Std. Deviation	.25568
Most Extreme Differences	Absolute	.154
	Positive	.154
	Negative	-.127
Test Statistic		.154
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{e,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Sesuai tabel tersebut membuktikan nilainya sig. $0,200 > 0,05$ hingga mendapat kesimpulan bahwa data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Penilaian tolerance maupun penilaian *Variance Inflation Factor* (VIF) bisa dipakai guna mengidentifikasi gejala multikolinearitas model penelitian. Dengan batas toleransi lebih besar dari 0,10 serta batas VIF kurang dari 10,00 mendapat kesimpulan bahwa variabel independen tak menunjukkan multikolinearitas.

Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas

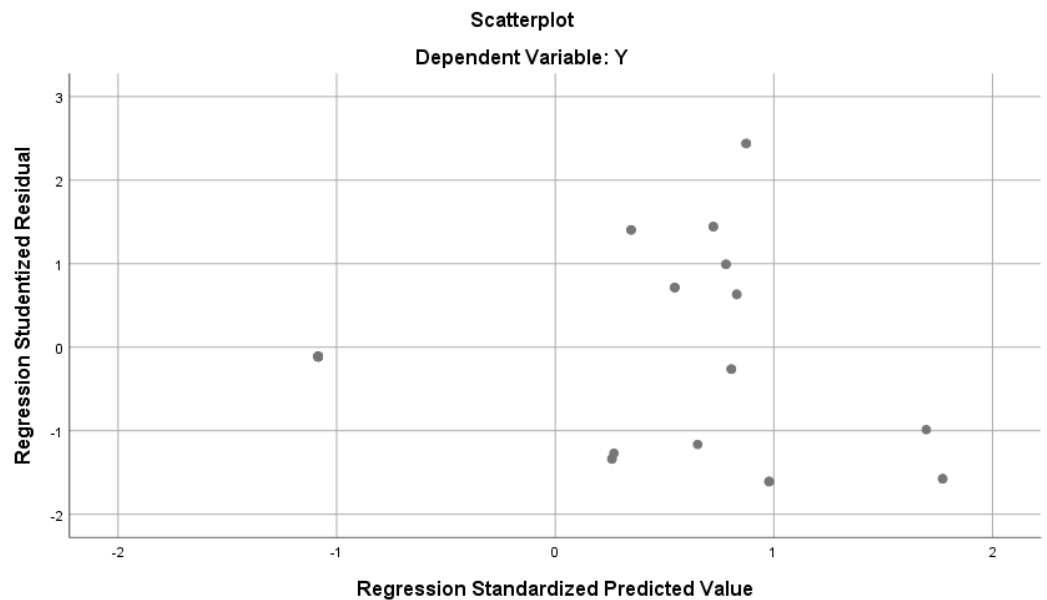
Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-1.950	.872		-2.237	.032		
	X1	.576	.186	.272	3.098	.004	.058	17.261
	X2	.562	.108	.478	5.190	.000	.053	18.991
	X3	.393	.093	.259	4.210	.000	.118	8.492

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Ditinjau tabel tersebut terlihat batas $> 0,10$ serta batas FIV $< 10,00$, hingga cenderung kesimpulannya bahwa tak terdapat multikolinearitas antara variabel bebas.

c. Uji Heterokedisitas



Gambar 4. 1 Scatterplot

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Meninjau grafik scatterplot tersebut, terbukti maka titik-titik tersebar acak, dan tersebar keatas ataupun kebawah angka 0 dalam sumbu Y. Kesimpulannya maka tak ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang dipakai.

d. Uji regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan sesudah masing-masing pengujian asumsi klasik telah dilalui. Guna menguji dampak X1, X2 serta X3 pada Y. Temuan perhitungan regresi membuktikan hasil persamaan regresi linier berganda guna menentukan bagaimana X1, X2,

serta X3 mempengaruhi Y seperti tabel 4.11. dibawah :

Tabel 4. 11 Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.950	.872		-2.237	.032
	X1	.576	.186	.272	3.098	.004
	X2	.562	.108	.478	5.190	.000
	X3	.393	.093	.259	4.210	.000

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Dalam tabel Sig. Tersebut bisa diinterpretasikan yakni :

1. Pelayanan (X1) mempengaruhi minat nasabah dengan sig. (0,004) dengan taraf $\alpha = 5\%$
2. Promosi (X2) mempengaruhi minat nasabah dengan sig. (0,000) dengan taraf $\alpha = 5\%$
3. Reputasi mempengaruhi Profitabilitas dengan sig. (0,000) dengan taraf $\alpha = 5\%$

e. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (Adj. R²) atas temuan regresi membuktikan berapa banyak variabel dependen dapat diterangkan atas variabel independennya.

Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.992 ^a	.984	.983	.995	1.890

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Sesuai tabel tersebut, membuktikan maka jumlah koefisien determinasi (Adj. R²) senilai 0,984. Demikian bermakna kontribusi pelayanan, promosi serta reputasi pada minat nasabah yaitu senilai 98,4%, sementara tersisa 1,6% diterangkan atas variabel lainnya yang tak diungkap pada penelitian ini.

6. Uji Hipotesis

a. Uji t parsial

Pengujian statistik t dasarnya membuktikan sejauh mana berpengaruhnya tiap-tiap variabel independen dalam penjelasan variabel terikat. Pelaksanaan pengujian parsial tersebut dengan membandingkan p-value dengan besar α (alpha). H₀ ditolak apabila p-value lebih kecil ataupun sama dengan 0,05. sehingga variabel bebas serta variabel terikat masing-masing memberikan pengaruh secara parsial begitu pula keterbalikannya. Selanjutnya merupakan temuan uji statistic t, yang bisa ditinjau dalam tabel 4.13 dibawah.

Tabel 4. 13 Uji t Parsial Variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y

Variabel	P-Value	Sig.	Keputusan
Pelayanan (X1)	0.576	.004	Berpengaruh signifikan
Promosi (X2)	0.562	.000	Berpengaruh signifikan
Reputasi (X3)	0.393	.000	Berpengaruh signifikan

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Sesuai dalam tabel tersebut, dibuktikan maka variabel pelayanan mempunyai jumlah P-Value 0,004 dengan jumlah probabilitas tersebut dibawah 0,05. Demikianlah, berdasarkan ketetapan didalam

karakteristik pengujiannya, apabila jumlah probabilitas $< 0,05$ bahwa mendapatkan kesimpulan variabel pelayanan mempengaruhi minat nasabah. Selanjutnya dibuktikan variabel promosi mempunyai jumlah P-Value senilai 0,000 dengan jumlah probabilitas tersebut kurang dari 0,05. Demikianlah, berdasarkan ketetapan didalam karakteristik pengujiannya, apabila jumlah prob. $< 0,05$, bahwa bermakna secara parsial variabel promosi mempengaruhi minat nasabah. Selanjutnya dibuktikan maka variabel reputasi mempunyai jumlah P-Value senilai 0,000 dengan jumlah probabilitas tersebut dibawah 0,05. Demikianlah, berdasarkan ketetapan didalam karakteristik pengujiannya, apabila jumlah prob. $< 0,05$, berarti secara parsial variabel reputasi mempengaruhi minat nasabah.

b. Uji F (simultan)

Pengujian statistik F landasannya membuktikan seberapa besar variabel dependen secara simultan bisa diterangkan atas pengaruh variabel independen. Nilai p serta nilai α (alpha) dibandingkan untuk melakukan uji simultan ini. H_0 ditolak apabila p-value lebih kecil ataupun sama dengan 0,05. Demikian, bisa dikatakan maka variabel independen serta dependen saling mempengaruhi secara simultan. H_0 diterima apabila p-value lebih besar ataupun sama dengan 0,05, ini membuktikan maka variabel independen tak mempengaruhi secara simultan pada variabel dependen. Pengujian statistik F menghasilkan hasil berikut, bisa ditinjau dalam tabel 4.12 dibawah:

Tabel 4. 1 Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2183.302	3	727.767	734.432	.000 ^b
	Residual	35.673	36	.991		
	Total	2218.975	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Hasil penelitian 2023 SPSS 25 (Data diolah)

Sesuai pada tabel tersebut, menunjukkan maka probabilitas variabel independen jatuh dibawah 0,05 memiliki P-Value senilai 0,000. Berdasarkan ketetapan karakteristik pengujiananya, apabila jumlah probabilitas < 0,05 mendapat kesimpulan variabel pelayanan, promosi serta reputasi secara bersamaan mempengaruhi minat nasabah.

C. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh apakah pelayanan, promosi, dan reputasi berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat terhadap Produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin). Dan apakah pelayanan, promosi, dan reputasi berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat terhadap Produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah (Kedai Paringin). Berikut ini adalah pembahasan dari masing-masing variabel yang terkait dalam penelitian ini

1. Pengaruh Pelayanan erhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah

Pelayanan menurut Kasmir (2017, hlm. 47) adalah tindakan atau

perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Berdasarkan hasil penelitiannya diatas antara pelayanan terhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah mempunyai nilai signifikan besarnya $0,004 \leq 0,05$, yang membuktikan secara parsial ada pengaruh signifikan pelayanan pada minatnya produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah. Artinya pelayanan berpengaruh positif terhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah, semakin baik pelayanan diberikan hendak mengembangkan minat nasabah agar menggunakan tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah.

Hasil penelitian ini selaras terhadap penelitiannya Dwi Inggit Andasari (2018) yang mengatakan secara parsial didapati kualitas pelayanan pada kepastian pembelian PT. Bank Muamalat Tbk KCP Stabat diterima thitung (2,147) > ttabel (1,086) serta probabilitas (sig 0,036) $\leq 0,05$. Juga penelitian yang dilaksanakan Haviv Prabowo (2017) mengatakan pelayanan memiliki pengaruh signifikan pada minat nasabah tabungan haji PT Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Padangsidempuan dengan jumlah thitung > ttabel (2,418 > 1,660) serta jumlah Sig. < 0,1 (0,000 < 0,1).

5. Pengaruh Promosi terhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah

Promosi merupakan sebuah upaya bujukan (persuasi) yang digunakan untuk membujuk atau mendorong konsumen untuk mau

membeli produk maupun jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan (Praestuti, 2020). Sesuai hasil penelitian tersebut diantara promosi pada minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah mempunyai angka signifikan besarnya $0,000 \leq 0,05$, yang membuktikan secara parsial ada pengaruh signifikan promosi pada minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah. Artinya promosi berpengaruh baik pada minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah, kian kerap promosi yang dilaksanakan akan mengembangkan minat nasabah untuk menggunakan tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah.

Hasil penelitian ini selaras terhadap penelitiannya Dwi Inggit Andasari (2018), yang mengatakan secara parsial didapati maka promosi pada kepastian pembelian PT. Bank Muamalat Tbk KCP Stabat diterima thitung $(4,114) > t_{tabel} (1,086)$ serta probabilitas $(sig\ 0,000) \leq 0,05$. Juga penelitian yang dilaksanakan Haviv Prabowo (2017) mengatakan promosi memiliki pengaruh signifikan pada minat nasabah tabungan haji PT Bank Muamalat Indonesia. Tb Cabang Padangsidimpuan dengan jumlah thitung $>t_{tabel} (4.335 > 1,660)$ serta jumlah Sig. $<0,1(0,000 < 0,1)$.

Nasabah tabungan haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah lebih menonjol menetapkan persetujuan pada kuesioner dalam seluruh pernyataan variabel promosi yang berarti IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah telah menggunakan dengan tepat sarana promosi misalnya iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi serta sebagainya untuk menarik nasabah guna menabung pada IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai

Syariah.

6. Pengaruh Reputasi terhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah

Reputasi merupakan konsep yang penting bagi suatu perusahaan. Karena jika suatu perusahaan memiliki reputasi yang baik di mata pelanggan maka dapat memberi keuntungan jangka panjang bagi perusahaan tersebut. Namun jika reputasi perusahaan jelek di mata pelanggan maka akan merugikan Perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitiannya diatas antara reputasi terhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah mempunyai angka signifikan senilai $0,000 \leq 0,05$, yang membuktikan secara parsial ada pengaruh signifikan reputasi pada minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah. Artinya promosi berpengaruh positif pada minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah, semakin baik reputasi yang dimiliki akan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah.

Temuan penelitian ini selaras terhadap penelitian yang dilaksanakan Haviv Prabowo (2017) yang mengatakan sesuai temuan pengujian signifikansi parsial (pengujian t) dalam variabel produk mempunyai thitung senilai 3,613 serta ttabel senilai 1,660 hingga $thitung > ttabel$ ($3,613 > 1,660$) bahwa H_a diterima. Kemudian, dalam variabel reputasi produk mempunyai jumlah Sig. senilai 0,000 hingga jumlah Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) bahwa H_a diterima. Mendapat kesimpulan maka secara

parsial produk mempunyai pengaruh yang signifikan pada minat nasabah.

Temuan penelitian ini selaras terhadap M. Baba Sammasi (2018) yang mengatakan kedudukan mempengaruhi pilihan nasabah, diyakini nasabah akan memilih item tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang khususnya agar tidak mengecewakan kedepannya. Sementara Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang supaya status produk tabungan mabrur lebih dikembangkan hingga nasabah tertarik untuk memanfaatkan produknya.

7. Pengaruh pelayanan, Promosi dan Reputasi terhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah

Berdasarkan hasil penelitian diatas antara pelayanan, promosi dan promosi terhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah mempunyai nilai signifikan besarnya $0,000 \leq 0,05$, yang menunjukkan maka secara simultan terdapat pengaruh signifikan pelayanan, promosi serta reputasi terhadap minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah.

Besarnya pengaruh layanan, serta promosi pada minat produk tabungan Haji IB Ar-Rahman Bank Kalsel Kedai Syariah yaitu 0,984 ataupun 98,4%. Sementara sisa 1,6% dipengaruhi factor lainnya yang tiada bahasan pada penelitian ini.