

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum PT. Bank Sumut Syariah**

##### **4.1.1 Sejarah singkat PT. Bank Sumut Syariah**

Awal mula berdirinya Bank Sumut dimulai pada tanggal 4 November 1961, dimana hadir tiga orang warga Sumatera Utara yang menghadap notaris Rusli di Medan. Mereka adalah Adnan Nur, James Warren dan H. Abu Bakar Hasibuan yang hadir berdasarkan surat kuasa KDH Swatantra Tingkat I Sumatera Utara yang saat ini dijabat oleh Radja Djunjungan Lubis untuk mendirikan suatu Perseroan Terbatas Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara, yang kepemilikannya merupakan “Joint” pemerintah daerah dengan swasta.

Mengawali usahanya, PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) berkantor dengan menyewa satu lantai rumah toko di sebuah gedung tua di jalan Palang Merah No. 62 Medan. Kemudian karena kebutuhan kantor tersebut, dikembangkan ke No. 64-66, dimana pada saat itu lantai dua masih dipakai pemilik sebagai kantornya. Pada pertengahan tahun 1967 baru BPDSU berlaba, gedung kantor tersebut dibeli dan menjadi milik BPDSU. Setelah sekitar 13 tahun berkantor di jalan Palang Merah No. 64-66, pada tahun 1975 berdirilah gedung baru kantor Pusat BPDSU yang terletak di jalan Imam Bonjol No.7 Medan.

Selanjutnya, pada tahun 1984, atas petunjuk Gubernur Sumatera Utara Kaharuddin Nasution, dilakukan pembelian tanah eks Konsulat Inggris di jalan Imam Bonjol No.18 Medan. Dan setelah menghabiskan waktu pembangunan kurang lebih 29 bulan, maka pada tanggal 20 April 1989, g 52 1 kantor pusat dan Kantor Cabang Utama Medan

diresmikan penggunaannya oleh Menteri Dalam Negeri. Ciri khas gedung kantor pusat BPDSU ini adalah didepan gedung dibuat gapura yang bentuknya merupakan kombinasi ciri khas rumah adat dari berbagai suku di daerah Sumatera Utara.

Pada awal pendiriannya BPDSU berbadan hukum PT. Namun pada tahun 1965, setelah terbitnya Undang-undang No. 13 tahun 1962 tentang ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan daerah. Pada tahun 1999, bentuk hukum BPDSU diubah menjadi perseroan Terbatas dengan nama PT. Bank Pembangunan daerah Sumatera Utara atau disingkat PT. Bank Sumut. Hal ini sejalan dengan rekapitulasi perbankan yang dilakukan pemerintah sebagai solusi atas krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997.

Untuk mengantisipasi tantangan ke depan yang semakin berat, maka dilakukan perubahan atas Corporate Culture Bank Sumut yang secara simbolis diwakili dengan pergantian logo Bank Sumut pada tahun 2003. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan semangat baru dan peningkatan kinerja karyawan dan menampilkan citra Bank Sumut.

54

#### **4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Sumut Syariah**

##### **4.1.2.1 Visi PT. Bank Sumut Syariah**

Visi Bank Sumut adalah menjadi bank andalan untuk membantu dan menolong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat

##### **4.1.2.2 Misi PT. Bank Sumut Syariah**

Misi Bank Sumut adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang didasarkan pada prinsip-prinsip compliance, statement budaya perusahaan dan memberikan pelayanan terbaik.

#### 4.1.3 Logo PT. Bank Sumut Syariah



**Gambar 4.1 Logo PT. Bank Sumut Syariah**

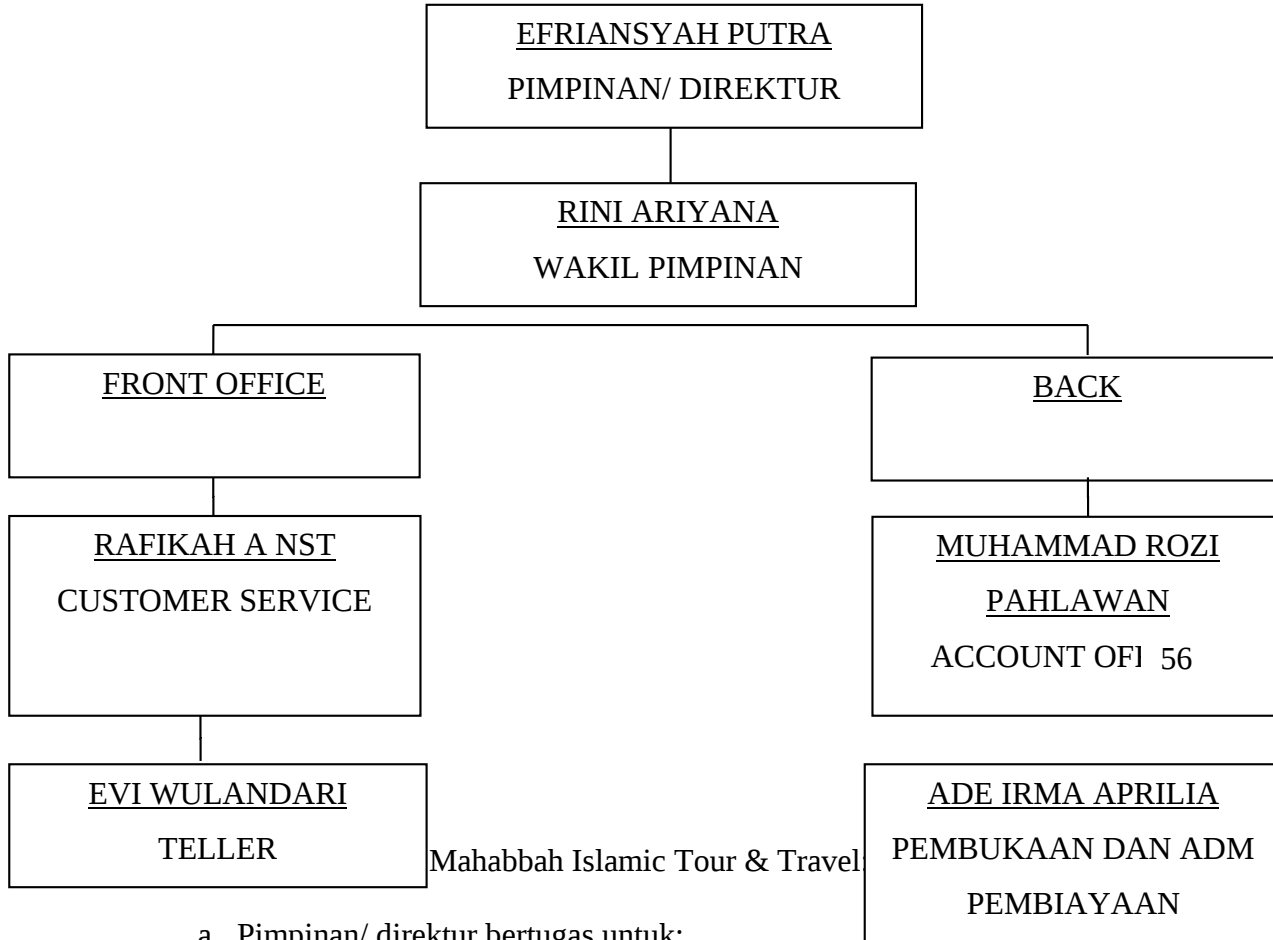
Bentuk Logo menggambarkan dua elemen dalam bentuk huruf “U”<sup>55</sup> ; berkait ber-sinergy membentuk huruf “S” yang merupakan kata awal “Sumut”. Sebuah penggambaran bentuk kerjasama yang sangat erat antara Bank SUMUT dengan masyarakat Sumatera Utara sebagaimana visi Bank SUMUT. **Warna Oranye** sebagai simbol suatu hasrat untuk terus maju yang dilakukan dengan energik yang dipadu dengan **warna biru** yang sportif dan profesional sebagaimana misi Bank SUMUT.

**Warna putih** sebagai ungkapan ketulusan hati untuk melayani sebagaimana statement Bank SUMUT. Jenis huruf “Palatino Bold” sederhana dan mudah dibaca. Penulisan Bank dengan huruf kecil dan SUMUT dengan huruf kapital guna lebih mengedepankan Sumatera Utara, sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.

#### 4.1.4 Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Syariah

Gambar 4.2

##### Struktur Kepengurusan PT. Bank Sumut Syariah



a. Pimpinan/ direktur bertugas untuk:

- 1) Memimpin, mengkoordinir, membimbing dan mengawasi serta melakukan penilaian terhadap kinerja pejabat dan karyawan di lingkungan kantor cabang
- 2) Membimbing dan mengarahkan kegiatan perhimpunan kegiatan pelayanan kepada nasabah, penggunaan teknologi informasi, administrasi kredit
- 3) Membimbing dan mengarahkan kegiatan perhimpunan dana, penyaluran kredit, pemasaran jasa-jasa bank sesuai dengan ketentuan yang berlaku

- 4) Membimbing dan mengarahkan penyusunan rencana kerja tahunan, jangka menengah dan jangka panjang untuk diajukan kepada direksi
- 5) Melakukan evaluasi atas performance dan memberikan pengarahan dalam penyusunan program-program untuk meningkatkan performance sesuai dengan target yang telah ditetapkan direksi
- 6) Memimpin kegiatan kelompok keputusan kredit
- 7) Membimbing, mengarahkan dan memonitor upaya-upaya penyelesaian kredit non lancar
- 8) Menyelenggarakan acara serah terima jabatan Wakil Pimpinan kantor cabang
- 9) Memberikan sasaran-sasaran dan atau pertimbangan-pertimbangan kepada direksi tentang langkah-langkah atau tindakan yang perlu diambil di bidang tugasnya

57

b. Wakil Pimpinan bertugas untuk:

- 1) Membantu Pimpinan Kantor Cabang dalam melaksanakan tugasnya
- 2) Menggantikan tugas Pimpinan Kantor Cabang apabila tidak ada ditempat
- 3) Membantu Pimpinan kantor Cabang dalam memberikan saran-saran yang dibutuhkan
- 4) Melakukan evaluasi atas performance yang telah ditetapkan oleh Pimpinan Kantor Cabang
- 5) Membimbing dan mengarahkan upaya-upaya penyelesaian kredit non lancar bersama Pimpinan Kantor Cabang

c. Customer Service bertugas untuk:

- 1) Melayani kebutuhan nasabah atau calon nasabah perbankan
- 2) Membantu pembukuan, pemblokiran hingga penutupan rekening nasabah
- 3) Mencetak dokumen penting seperti bilyet giro, cek dan rekening koran

- 4) menawarkan dan memberikan solusi hingga menjalin hubungan kepercayaan dengan nasabah

58

d. Teller bertugas untuk:

Melayani transaksi keuangan yang dilakukan oleh nasabah, seperti setor tunai, penarikan dana, penghitungan uang tabungan, dan transfer ke rekening atau antar bank. Mengurus reschedule atau reroute penerbangan.

e. Account Officer bertugas untuk:

- 1) Mencari calon klien atau nasabah baru. Collecting ini meliputi menyebar brosur, menggunakan sosial media, hingga meminta referensi pada orang yang dikenalnya. Salah satu *kendala account officer* adalah ketika ada orang yang menolak dengan kasar pada saat ditawarkan produk.
- 2) Membuat dan memproses [invoice](#) (faktur). Proses ini mulai dari proses penerimaan *invoice* hingga pembayarannya. Saat ini format *invoice* yang digunakan pun bermacam-macam ada yang berbentuk email, PDF, bahkan bentuk fisik (kertas).
- 3) Memeriksa dan mengecek ulang *invoice dengan* pembayaran dan pengeluaran perusahaan agar lebih akurat. Periksa setiap tanggal yang tercantum dalam *invoice* dengan teliti untuk memastikan tidak ada yang terlewat. Jika ada tanggal *invoice* yang tidak sesuai dengan pengeluaran maupun pembayaran, maka *Account Officer Bertanggung jawab* untuk melakukan *follow up* terhadap klien.

- 4) Menjalin hubungan baik dengan klien. Misalnya dengan melakukan *follow up* terkait penawaran produk. Hal ini berlaku untuk klien baru dan juga klien lama. Cara yang dapat dilakukan dalam mengerjakan job desc account officer satu ini adalah [menghubungi klien](#) melalui telepon, WhatsApp atau SMS. Namun akan lebih baik lagi jika seorang *account officer* mendatangi langsung klien untuk sekadar bertukar sapa.
  - 5) Memberikan penjelasan terperinci kepada klien sampai mereka mengerti dan paham. Tugas ini memiliki tantangan tersendiri, ketika klien terlanjur tidak paham atau bahkan salah paham dengan produk yang ditawarkan. Namun seorang *account officer* yang baik adalah yang berani bertanggung jawab akan pekerjaannya kepada atasan.
- f. Pembukaan dan Pembiayaan bertugas untuk:
- 1) Penyusunan kebijakan teknis fasilitasi permodalan, pengembangan usaha simpan pinjam dan koperasi bank perkreditan rakyat, serta pembiayaan non bank dan jasa keuangan
  - 2) Pelaksanaan fasilitasi permodalan
  - 3) Pelaksanaan fasilitasi pembiayaan dan jasa keuangan
  - 4) Pelaksanaan fasilitasi penjaminan kredit
  - 5) Pelaksanaan koordinasi dengan lembaga perbankan dan non perbankan
  - 6) Pelaksanaan monitoring, evaluasi, dan usaha simpan pinjam koperasi dan koperasi bank perkreditan rakyat
  - 7) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya

## 4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan usia, pekerjaan dan penghasilan per bulan. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut.

### 1.2.1 Berdasarkan Umur

Keragaman responden berdasarkan umur atau usia dapat ditunjukkan pada tabel

4.1 berikut ini:

**Tabel 4.1**

#### **Responden Berdasarkan Umur**

| Umur                | Jumlah   | Presentase |
|---------------------|----------|------------|
| 25 - 30 tahun       | 10       | 19%        |
| 31 – 35 tahun       | 28       | 54%        |
| 36 – 40 tahun       | 9        | 17%        |
| Lebih dari 40 tahun | 5        | 10%        |
| Total               | 52 orang | 100%       |

Sumber: Data Primer

Berdasarkan karakteristik umur responden pada tabel 4.1 tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berumur antara 25-30 tahun sebanyak 10 orang dengan presentase sebesar 19%, responden yang berumur antara 31-35 tahun sebanyak 28 orang dengan presentase sebesar 54%, responden yang berumur antara 36-40 tahun sebanyak 9 orang dengan presentase sebesar 17% dan responden yang berumur lebih dari 40 tahun sebanyak 5 orang dengan presentase sebesar 10%. Hal tersebut dikarenakan yang menjadi jamaah

umroh adalah pasangan yang baru menikah, sehingga sebagian besar responden berumur 31-35 tahun.

#### 1.2.2 Berdasarkan Penghasilan per Bulan

Keragaman responden berdasarkan penghasilan atau pendapatan per bulan dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 4.2**

**Responden Berdasarkan Penghasilan**

| Penghasilan per Bulan         | Jumlah   | Presentase |
|-------------------------------|----------|------------|
| Rp. 1.500.000 – Rp.2.000.000  | 4        | 8%         |
| Rp. 2.000.000 – Rp. 2.500.000 | 12       | 23%        |
| Lebih dari Rp.2.500.000       | 36       | 69%        |
| Total                         | 52 orang | 100%       |

Sumber: Data Primer

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel 4.2 tersebut menunjukkan bahwa, karakteristik responden dengan penghasilan per bulan antara Rp.1.500.000 – Rp.2.000.000 sebanyak 4 orang dengan presentase 8%, responden dengan penghasilan per bulan antara Rp.2.000.000 – Rp.2.500.000 sebanyak 12 dengan presentase 23%, dan responden dengan penghasilan per bulan lebih dari Rp.2.500.000 sebanyak 36 orang dengan presentase 69%. Sebagian besar responden berpenghasilan lebih dari Rp.2.500.000 yaitu sebesar 69%. Hal ini dikarenakan lokasi penelitian kepada responden berada di pemukiman elit.

### 1.3 Statistik Deskriptif

### 1.3.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan akan menggambarkan penilaian mengenai minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan FLPP. Tanggapan dari responden mengenai kualitas pelayanan ditunjukkan pada tabel 4.2 sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

**Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan**

| No | PERNYATAAN                                                                                                  | SS | S  | KS | TS | STS | JMLH |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|-----|------|
| 1  | Pegawai PT. Bank Sumut Syariah sigap dalam melayani nasabah                                                 | 12 | 32 | 5  | 3  | 0   | 52   |
| 2  | Pegawai PT. Bank Sumut Syariah dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah                     | 21 | 28 | 3  | 0  | 0   | 52   |
| 3  | Pelayanan pegawai PT. Bank Sumut Syariah tepat waktu                                                        | 23 | 22 | 5  | 2  | 0   | 52   |
| 4  | Pegawai PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh nasabah | 32 | 10 | 5  | 2  | 3   | 52   |

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tanggapan responden mengenai pendapatan konsumtif ibu rumah tangga pada tabel 4.3 tersebut, dapat diketahui bahwa Pegawai PT. Bank Sumut Syariah sigap dalam melayani nasabah sebesar 12 responden sangat setuju, 32 responden setuju, 5 responden kurang setuju, dan 3 responden tidak setuju..

Mengenai Pegawai PT. Bank Sumut Syariah dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah sebesar 21 responden sangat setuju, 28 responden setuju, dan 3 responden kurang setuju. Mengenai Pelayanan pegawai PT. Bank Sumut Syariah tepat waktu sebesar 23 responden sangat setuju, 22 responden setuju, 5 responden kurang setuju, dan 2 responden tidak setuju.

Mengenai Pegawai PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh nasabah sebesar 32 responden sangat setuju, 10 responden setuju, 5 responden kurang setuju, 2 responden tidak setuju, dan 3 responden sangat tidak setuju.

#### 1.3.2 Promosi

Promosi menggambarkan penilaian mengenai minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan FLPP. Tanggapan responden mengenai promosi di tunjukkan pada tabel 4.4 sebagai berikut:

64

**Tabel 4.4**

#### **Tanggapan Responden Mengenai Promosi**

| No | PERNYATAAN                                                                                                                  | SS | S  | KS | TS | STS | JMLH |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|-----|------|
| 1  | PT.Bank Sumut Syariah melakukan promosi program pembiayaan FLPP melalui instagram, facebook, secara langsung, dan lain-lain | 12 | 23 | 10 | 5  | 2   | 52   |

|   |                                                                                                                                                                                 |    |    |   |   |   |    |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|---|---|---|----|
| 2 | Banyaknya kemudahan yang ditawarkan kepada anda membuat anda semakin termotivasi untuk memilih program pembiayaan FLPP                                                          | 28 | 20 | 4 | 0 | 0 | 52 |
| 3 | Tawaran yang diberikan oleh pegawai PT.Bank Sumut Syariah membuat anda tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai program pembiayaan FLPP tersebut                         | 15 | 30 | 5 | 2 | 0 | 52 |
| 4 | Karyawan PT.Bank Sumut Syariah KCP Karya yang ramah dan sopan saat mempromosikan dan menjelaskan secara detail membuat saya semakin yakin untuk memilih program pembiayaan FLPP | 20 | 24 | 6 | 1 | 1 | 52 |

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tanggapan responden mengenai promosi pada tabel 4.4 tersebut, dapat diketahui bahwa PT.Bank Sumut Syariah melakukan promosi program pembiayaan FLPP melalui instagram, facebook, secara langsung, dan lain-lain sebanyak 12 responden sangat setuju, 23 responden setuju, 10 responden kurang setuju, 5 responden tidak setuju, dan 2 responden sangat tidak setuju.

Mengenai Banyaknya kemudahan yang ditawarkan kepada anda membuat anda semakin termotivasi untuk memilih program pembiayaan FLPP sebanyak 28 responden sangat setuju, 20 responden setuju, dan 4 responden kurang setuju. Tawaran yang diberikan oleh pegawai PT.Bank Sumut Syariah membuat anda tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai program pembiayaan FLPP tersebut sebanyak 15 responden sangat setuju, 30 responden setuju, 5 responden kurang setuju, dan 2 responden tidak setuju.

Mengenai Karyawan PT.Bank Sumut Syariah KCP Karya yang ramah dan sopan saat mempromosikan dan menjelaskan secara detail membuat saya semakin yakin untuk memilih program pembiayaan FLPP sebanyak 20 responden sangat setuju, 24 responden setuju, 6 responden kurang setuju, 1 responden tidak setuju, dan 1 responden sangat tidak setuju.

### 1.3.3 Lokasi

Lokasi menggambarkan penilaian mengenai minat nasabah dalam menggunakan pembiayaan FLPP. Tanggapan responden mengenai lokasi ditunjukkan pada tabel 4.5 sebagai berikut:

66

**Tabel 4.5**  
**Tanggapan Responden Mengenai Lokasi**

| No | PERNYATAAN                                                                | SS | S  | KS | TS | STS | JMLH |
|----|---------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|-----|------|
| 1  | Lokasi menuju PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya sangat mudah dijangkau     | 29 | 18 | 3  | 2  | 0   | 52   |
| 2  | PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan | 16 | 30 | 6  | 0  | 0   | 52   |
| 3  | PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya menyediakan lahan parkir yang cukup luas | 24 | 23 | 4  | 1  | 0   | 52   |
| 4  | PT. Bank Sumut Syariah berada didekat pusat                               | 29 | 22 | 1  | 0  | 0   | 52   |



|   |                                                                                                                                      |    |    |   |   |   |    |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|---|---|---|----|
| 2 | Saya tertarik menggunakan pembiayaan FLPP di PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya karena kemudahan akses informasinya                    | 16 | 30 | 6 | 0 | 0 | 52 |
| 3 | Saya tertarik menggunakan pembiayaan FLPP di PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya karena kepuasan pelayanan yang saya dapatkan dari bank | 25 | 22 | 4 | 1 | 0 | 52 |
| 4 | Saya tidak akan pindah ke bank lain dengan berbagai kelebihan dan kemudahan yang diberikan bank kepada saya                          | 26 | 22 | 4 | 0 | 0 | 52 |

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tanggapan responden mengenai minat nasabah pada tabel 4.6 tersebut di atas, dapat diketahui Saya tertarik untuk menggunakan pembiayaan FLPP di PT. Bank Sumut **Syariah** KCP Karya karena saya percaya pada kinerja bank tersebut sebanyak 29 responden sangat setuju, 18 responden setuju, 3 responden kurang setuju, dan 2 responden tidak setuju. Mengenai Saya tidak akan pindah ke bank lain dengan berbagai kelebihan dan kemudahan yang diberikan bank kepada saya sebanyak 16 responden sangat setuju, 30 responden setuju, dan 6 responden kurang setuju.

Mengenai Saya tertarik menggunakan pembiayaan FLPP di PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya karena kepuasan pelayanan yang saya dapatkan dari bank sebanyak 25 responden sangat setuju, 22 responden setuju, 4 responden kurang setuju, dan 1 responden tidak setuju. Saya tidak akan pindah ke bank lain dengan berbagai kelebihan dan

kemudahan yang diberikan bank kepada saya sebanyak 26 responden sangat setuju, 22 responden setuju, dan 4 responden kurang setuju.

## **1.4 Hasil Penelitian**

### **1.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Penelitian ini menggunakan data primer dari penyebaran 69 : kepada responden yaitu ibu rumah tangga di kecamatan medan deli dan medan maimun.

#### **1.4.1.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Perilaku konsumtif ibu rumah tangga.

##### **1.4.1.1.1 Minat Nasabah**

Minat Nasabah yaitu keinginan yang datang dari diri nasabah untuk menggunakan produk/jasa bank atau melakukan penyimpanan atas uang mereka di bank dengan tujuan tertentu. Data dalam tabel yang telah di rangkum dalam tabel frekuensi dibawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel minat nasabah. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel minat nasabah adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.6**

#### **Uji Validitas Minat Nasabah**

##### **Item-Total Statistics**

|               | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale<br>Variance if<br>Item Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|---------------|-------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|
| P1            | 34.96                         | 51.035                               | .822                                   | .921                                   |
| P2            | 34.95                         | 49.656                               | .864                                   | .928                                   |
| P3            | 35.06                         | 50.155                               | .921                                   | .788                                   |
| P4            | 34.96                         | 51.645                               | .899                                   | .951                                   |
| Minat Nasabah | 19.43                         | 15.712                               | 1.221                                  | .844                                   |

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 52, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r *product moment pearson* dengan df (*degree of freedom*) = n – 2, jadi df = 52 – 2 = 50, maka r tabel = 0,2732. Butir pertanyaan valid jika nilai r hitung > r tabel. Dapat dilihat dari *Corrected Item Total Correlation*, analisis output bisa dilihat dibawah ini:

| No<br>Butir | r hitung | r tabel | Keterangan         | Hasil |
|-------------|----------|---------|--------------------|-------|
| 1           | 0.822    | 0.2732  | r hitung > r tabel | Valid |
| 2           | 0.864    | 0.2732  | r hitung > r tabel | Valid |
| 3           | 0.921    | 0.2732  | r hitung > r tabel | Valid |
| 4           | 0.899    | 0.2732  | r hitung > r tabel | Valid |

di

Data  
dalam tabel  
yang telah  
rangkum

dalam tabel hasil uji realibilitas dengan menggunakan SPSS versi 23 tentang Minat Nasabah:

**Tabel 4.7.**  
**Uji Realibilitas Minat Nasabah**

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .822             | 4          |

Uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*, jika nilai Alpha > 0,70 maka butir pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,822 maka dikatakan reliabilitas tinggi.

#### **1.4.1.1.2 Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Kualitas Pelayanan adalah suatu keadaan bergerak maju yg berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah bisa melebihi kualitas pelayanan yang dibutuhkan. Data dalam tabel yang telah di rangkum dalam tabel frekuensi dibawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel Kualitas Pelayanan. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**

## Uji Validitas Kualitas Pelayanan

### Item-Total Statistics

|                       | Scale Mean<br>if Item<br>Deleted | Scale<br>Variance if<br>Item Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|-----------------------|----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|
| P1                    | 35.25                            | 54.484                               | .922                                   | .954                                   |
| P2                    | 35.31                            | 53.584                               | .816                                   | .761                                   |
| P3                    | 35.36                            | 53.819                               | .741                                   | .741                                   |
| P4                    | 35.34                            | 54.958                               | .932                                   | .723                                   |
| Kualitas<br>Pelayanan | 19.61                            | 16.801                               | 1.000                                  | .925                                   |

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 52, maka nilai  $r$  tabel dapat diperoleh melalui tabel  $r$  *product moment pearson* dengan  $df$  (*degree of freedom*) =  $n - 2$ , jadi  $df = 52 - 2 = 50$ , maka  $r$  tabel = 0,2732. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai  $r$  hitung >  $r$  tabel. Dapat dilihat dari *Corrected Item Total Correlation*, analisis output bisa dilihat dibawah ini :

| No<br>Butir | $r$ hitung | $r$ table | Keterangan             | Hasil |
|-------------|------------|-----------|------------------------|-------|
| 1           | 0.922      | 0.2732    | $r$ hitung > $r$ tabel | Valid |
| 2           | 0.816      | 0.2732    | $r$ hitung > $r$ tabel | Valid |
| 3           | 0.741      | 0.2732    | $r$ hitung > $r$ tabel | Valid |

|   |       |        |                    |       |
|---|-------|--------|--------------------|-------|
| 4 | 0.932 | 0.2732 | r hitung > r tabel | Valid |
|---|-------|--------|--------------------|-------|

Data  
dalam tabel

yang telah di rangkum dalam tabel hasil uji realibilitas dengan menggunakan SPSS versi 23 tentang Kualitas Pelayanan:

**Tabel 4.9**

**Uji Realibilitas Pendapatan**

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .966             | 4          |

Uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*, jika nilai Alpha > 0,70 maka butir pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,966 maka dikatakan reliabilitas tinggi.

1) Promosi (X<sub>2</sub>)

Promosi adalah suatu kegiatan untuk meningkatkan sesuatu (l 74 jasa) ke arah yang lebih baik.Data dalam tabel yang telah di rangkum dalam tabel frekuensi dibawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel Promosi.Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel Promosiadalah sebagai berikut :

**Tabel 4.10**

**Uji Validitas Promosi**

### Item-Total Statistics

|         | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale<br>Variance if<br>Item Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|---------|-------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|
| P1      | 34.70                         | 50.164                               | .932                                   | .965                                   |
| P2      | 34.75                         | 49.118                               | .884                                   | .753                                   |
| P3      | 34.96                         | 50.255                               | .896                                   | .953                                   |
| P4      | 34.92                         | 50.785                               | .741                                   | .851                                   |
| Promosi | 19.35                         | 15.450                               | .993                                   | .865                                   |

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 52, maka nilai  $r$  tabel dapat diperoleh melalui tabel  $r$  *product moment pearson* dengan  $df$  (*degree of freedom*) =  $n - 2$ , jadi  $df = 52 - 2 = 50$ , maka  $r$  tabel = 0,2732. Butir pertanyaan dikatakan 75 nilai  $r$  hitung >  $r$  tabel. Dapat dilihat dari *Corrected Item Total Correlation*, analisis output bisa dilihat dibawah ini :

| No<br>Butir | $r$ hitung | $r$ table | Keterangan             | Hasil |
|-------------|------------|-----------|------------------------|-------|
| 1           | 0.932      | 0.2732    | $r$ hitung > $r$ tabel | Valid |
| 2           | 0.884      | 0.2732    | $r$ hitung > $r$ tabel | Valid |
| 3           | 0.896      | 0.2732    | $r$ hitung > $r$ tabel | Valid |
| 4           | 0.741      | 0.2732    | $r$ hitung > $r$ tabel | Valid |

di

Data  
dalam tabel  
yang telah  
rangkum  
dalam tabel  
hasil uji

realibilitas dengan menggunakan SPSS versi 23 tentang Promosi:

**Tabel 4.11**  
**Uji Realibilitas Promosi**  
**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .756             | 4          |

76

Uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*, jika nilai Alpha > 0,70 maka butir pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,756 maka dikatakan reliabilitas tinggi.

## 2) Lokasi (X<sub>3</sub>)

Lokasi adalah empat suatu usaha atau aktivitas perusahaan beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang, jasa atau temp<sub>76</sub> n untuk datang dan berbelanja. Data dalam tabel yang telah di rangkum dalam tabel frekuensi dibawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel Lokasi. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel Lokasi adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.11**  
**Uji Validitas Lokasi**  
**Item-Total Statistics**

|        | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale<br>Variance if<br>Item Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|--------|-------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|
| P1     | 34.70                         | 50.164                               | .754                                   | .954                                   |
| P2     | 34.75                         | 49.118                               | .812                                   | .744                                   |
| P3     | 34.96                         | 50.255                               | .995                                   | .754                                   |
| P4     | 34.92                         | 50.785                               | .784                                   | .743                                   |
| Lokasi | 19.35                         | 15.450                               | .928                                   | .923                                   |

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 52, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r *product moment pearson* dengan df (*degree of freedom*) = n – 2, jadi df = 52 – 2 = 50, maka r tabel = 0,2732. Butir pertanyaan diuji jika nilai r hitung > r tabel. Dapat dilihat dari *Corrected Item Total Correlation*, analisis output bisa dilihat dibawah ini :

| No<br>Butir | r hitung | r table | Keterangan         | Hasil | Data        |
|-------------|----------|---------|--------------------|-------|-------------|
| 1           | 0.754    | 0.2732  | r hitung > r tabel | Valid | dalam tabel |
| 2           | 0.812    | 0.2732  | r hitung > r tabel | Valid | yang telah  |
| 3           | 0.995    | 0.2732  | r hitung > r tabel | Valid | rangkum     |
| 4           | 0.784    | 0.2732  | r hitung > r tabel | Valid | dalam tabel |

di hasil uji

realibilitas dengan menggunakan SPSS versi 23 tentang Lokasi:

**Tabel 4.11**

### **Uji Realibilitas Promosi**

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .926             | 4          |

Uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*, jika nilai Alpha > 0,70 maka butir pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,926 maka dikatakan reliabilitas tinggi.

#### 1.4.2 Persamaan Regresi Linear Berganda

78

Analisis regresi linear berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Promosi (X2), dan Lokasi (X3) terhadap Minat Nasabah (Y) dalam memilih pembiayaan FLPP. Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda diperoleh hasil seperti Tabel 4.12 berikut ini:

**Tabel 4.12.**

#### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

##### Coefficients<sup>a</sup>

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)       | 1.222                       | 1.363      |                           | .804  | .424 |
| Kualitas Pelayanan | .422                        | .076       | .185                      | 2.322 | .022 |
| Promosi            | .385                        | .179       | .309                      | 2.841 | .027 |

|        |      |      |      |       |      |
|--------|------|------|------|-------|------|
| Lokasi | .565 | .191 | .417 | 2.628 | .021 |
|--------|------|------|------|-------|------|

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut

$$Y = 1,222 + 0,422X_1 + 0,385X_2 + 0,565X_3$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi minat nasabah (Y) adalah 1,222 yang artinya apabila nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka minat nasabah adalah sebesar 1,222 satuan 78
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) adalah 0,422 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai kualitas pelayanan sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka minat nasabah akan mengalami kenaikan ataupun penurunan 0,422 satuan.
3. Koefisien Promosi (X2) adalah 0,385 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai promosi sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka minat nasabah akan mengalami kenaikan ataupun penurunan sebesar 0,385 satuan.
4. Koefisien Lokasi (X3) adalah 0,565 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai lokasi sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka minat nasabah akan mengalami kenaikan ataupun penurunan sebesar 0,585 satuan.

### 1.4.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model regresi linear berganda dengan SPSS versi 23. Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, tidak terdapat mulikolinearitas, dan tidak terdapat heteroskedastisitas.

#### 1.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang digunakan, variabel residual memiliki distribusi normal. Metode pengujian normalitas yaitu *kolmogorov-smirnovtest* (KS test) dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikan lebih besar dari 0,05 maka menunjukkan distribusi data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal. Hasil dari uji normalitas ditunjukkan pada tabel 4.13 sebagai berikut:

**Tabel 4.13**

#### **Uji Normalitas**

##### **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Kualitas Pelayanan | Promosi | Lokasi | Minat Nasabah |
|----------------------------------|----------------|--------------------|---------|--------|---------------|
| N                                |                | 52                 | 52      | 52     | 52            |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 19.61              | 19.37   | 19.57  | 19.43         |
|                                  | Std. Deviation | 4.099              | 3.947   | 3.667  | 3.964         |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .140               | .142    | .134   | .139          |
|                                  | Positive       | .106               | .096    | .077   | .080          |
|                                  | Negative       | -.133              | -.124   | -.126  | -.134         |
| Kolmogorov-Smirnov Z             |                | 1.334              | 1.282   | 1.321  | 1.346         |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .098               | .079    | .077   | .091          |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.13 tersebut menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov Test* diperoleh nilai (*Asymp.Sig. 2-tailed*) sebesar 0.098, 0.079, 0.077 dan 0.091. Karena tingkat signifikansi lebih besar dari 5% (0.05) maka residual terdistribusi dengan normal.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dengan menggunakan analisa matrik korelasi antar variabel independen dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > dari 0,10 atau sama dengan nilai  $VIF < 0,10$ , hal ini berarti tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Hasil dari uji multikolinearitas ditunjukkan pada tabel 4.14 sebagai berikut:

**Tabel 4.14.**  
**Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)       | 1.521                       | 1.363      |                           | .724  | .424 |                         |       |
| Kualitas Pelayanan | .165                        | .076       | .185                      | 2.854 | .022 | .574                    | 1.521 |
| Promosi            | .322                        | .179       | .309                      | 2.111 | .027 | .113                    | 8.633 |
| Lokasi             | .452                        | .191       | .417                      | 2.323 | .020 | .115                    | 8.221 |

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Hasil pengujian multikolinearitas pada tabel 4.14 tersebut menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.

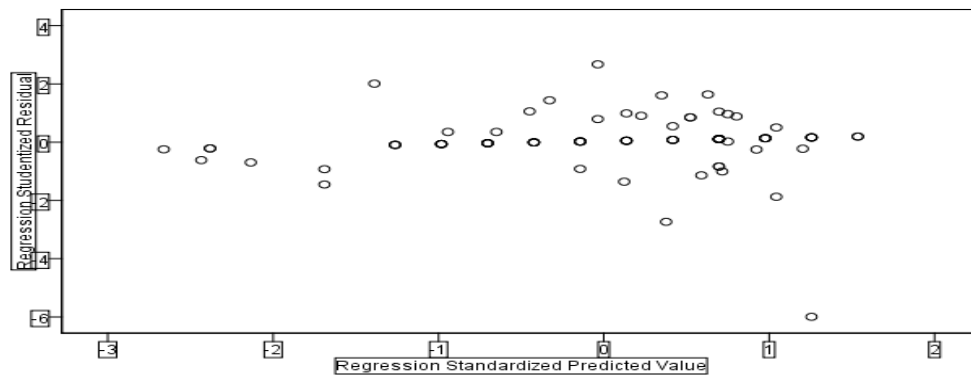
a. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Cara

pengambilan keputusan dengan melihat grafik *scatterplot* dan *uji glejser* sebagai berikut:

**Gambar 4.1**

**Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot***



Berdasarkan gambar *Scatterplot* diatas dapat dilihat bahwa :

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya dibawah atau diatas saja
- 3) Penyebaran titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola

Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

**Tabel 4.15**

### Hasil Pengujian Heteroskedastisitas *Glejser*

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)       | -.549                       | 1.136      |                           | -.483  | .630 |
| Kualitas Pelayanan | .032                        | .064       | .073                      | .502   | .888 |
| Promosi            | -.151                       | .149       | -.333                     | -1.012 | .565 |
| Lokasi             | .202                        | .159       | .414                      | 1.271  | .478 |

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Apabila nilai  $\text{Sig} > 0,05$  maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.20 tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel Digital Marketing ( $0,888 > 0,05$ ), variabel Brand Image ( $0,565 > 0,05$ ), dan variabel Price ( $0,478 > 0,05$ ) semua menunjukkan nilai signifikan lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa di dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 1.4.4 Uji Hipotesis

82

##### a. Uji T (Uji Parsial)

Uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Pengambilan keputusan terhadap uji t dapat dilakukan dengan dua cara, sebagai berikut :

1) Jika  $\text{sig} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $\text{sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

2) Jika  $-t_{hitung} < t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $t_{hitung} < -t_{tabel}$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

**Tabel 4.16**

**Tabel Uji t**

**Coefficients**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)       | 1.222                       | 1.363      |                           | .804  | .424 |
| Kualitas Pelayanan | .422                        | .076       | .185                      | 2.322 | .022 |
| Promosi            | .385                        | .179       | .309                      | 2.841 | .027 |
| Lokasi             | .565                        | .191       | .417                      | 2.628 | .021 |

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Berdasarkan tabel 4.16 diatas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi memiliki signifikansi  $< 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu Minat Nasabah. Derajat bebas dalam penelitian ini adalah  $df = n-1$ ; dua sisi/ $0,025 = 52-1 = 51; 0,025$ . Maka t tabel sebesar  $2.00_{83}$  ini hasil yang di dapat dalam melihat pengaruh secara parsial atau secara sendiri-sendiri antara  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y$ .

#### **a) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan secara individual mempunyai hubungan atau tidak terhadap Minat Nasabah, dari pengolahan SPSS versi 23 maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut :

$$\mathbf{t.hitung} = 2.322$$

$$\mathbf{t.tabel} = 2.007$$

Berdasarkan hasil uji t variabel Pendapatan (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2.321 dengan tingkat signifikansi 0,022. Dengan demikian maka hipotesis pertama diterima, bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan minat nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan suatu perusahaan maka minat konsumen akan semakin tinggi terhadap perusahaan tersebut ataupun produk yang ia tawarkan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh yang dilakukan oleh Maryam Batubara (2022) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Hal ini sesuai dengan teori dari Hasyim Azhar (2021) bahwa Kualitas pelayanan sangat berpengaruh sekali terhadap minat beli konsumen pada suatu produk atau jasa, karena ketika kualitas yang diberikan baik atau memenuhi ekspektasi konsumen, maka loyalitas konsumen bisa digapai dan ter 84 1 masa depan suatu usaha akan lebih menjanjikan.

#### **b) Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah**

Berdasarkan SPSS versi 23 maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut :

$$\mathbf{t.hitung} = 2.841$$

$$\mathbf{t.tabel} = 2.007$$

Berdasarkan hasil uji t variabel Promosi (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 2.841 dengan tingkat signifikansi 0,027. Dengan demikian maka hipotesis kedua diterima, bahwa Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih

pembiayaan FLPP. Hal ini menunjukkan semakin sering promosi dilakukan, cenderung akan meningkatkan minat konsumen terhadap suatu produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Titik Nurjannah Wijayanti (2020), yang mengemukakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat memilih. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Dr. H. Meyzi Herianto (2015) bahwa Promosi yang baik mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan dan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk melakukan promosi dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran dengan efektif.

#### **c) Pengaruh Lokasi terhadap Minat Nasabah**

Berdasarkan SPSS versi 23 maka dapat diperoleh hasil uji t sebag 85

$$\mathbf{t.hitung} \quad = \mathbf{2.628}$$

$$\mathbf{t.tabel} \quad = \mathbf{2.007}$$

Berdasarkan hasil uji t variabel Promosi (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 2.628 dengan tingkat signifikansi 0,021. Dengan demikian maka hipotesis ketiga diterima, bahwa Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP. Hal ini menunjukkan lokasi yang strategis, cenderung akan meningkatkan minat konsumen terhadap untuk memilih perusahaan tersebut sebagai alternative memilih program atau produknya. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Hesti Safitri (2021), yang mengemukakan bahwa lokasi sangat menentukan minat konsumen terhadap suatu produk. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Garry Rondonuwu (2016) bahwa lokasi tempat yang strategis atau dekat dengan konsumen akan memudahkan konsumen mendatangi tempat dimana mereka bisa menemukan barang atau jasa yang konsumen butuhkan. Lokasi pemasaran yang nyaman,

aman, bersih, ramai, dan mudah dijangkau, merupakan beberapa criteria lokasi yang diminati oleh banyak konsmuen.

#### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Adapun hasil dari uji F adalah sebagai berikut :

86

**Tabel 4.17**

**Uji F (Uji Simultan)  
ANOVA<sup>b</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 924.977        | 3  | 308.326     | 68.245 | .000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 363.409        | 79 | 4.600       |        |                   |
|       | Total      | 1288.386       | 82 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

**f.tabel** =  $n-k-1 = 52 - 3 - 1 = 48$  adalah 2.79

**f.hitung** = 68.245

**f.tabel** = 2.79

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan atau seara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan menggunakan dua cara, yaitu :

- 1) Jika  $\text{Sig} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya jika  $\text{Sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig adalah  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Nasabah secara simultan.

- 2)  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak.  $F_{\text{tabel}}$  (df pembilang = k dan df penyebut =  $n-k-1$ ) maka (df pembilang = 3 dan df penyebut =  $52-3-1 = 48$ ) sehingga  $F_{\text{tabel}}$ nya adalah 2,79.  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  yaitu  $68.245 > 2,79$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP.

#### 1.4.5 Uji Determinasi ( $R^2$ )

Analisis  $R^2$  (*Adjusted R Square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen dalam penelitian. nilai koefisien determinasi yaitu antara nol sampai dengan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Variabel independen yang hampir semua memberikan informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen akan menunjukkan *Adjusted R Square* atau nilai  $R^2$  yang mendekati satu. Hasil dari uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ditunjukkan pada tabel 4.18 sebagai berikut:

**Tabel 4.18**

#### **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

##### **Model Summary<sup>b</sup>**

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

|   |                   |      |      |       |
|---|-------------------|------|------|-------|
| 1 | .837 <sup>a</sup> | .818 | .928 | 2.145 |
|---|-------------------|------|------|-------|

a. Predictors: (Constant), Pendapatan, Religiusitas

88

b. Dependent Variable: Keputusan Muzakki

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada tabel 4.18. tersebut yang ditunjukkan dengan *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,928 artinya adalah sebesar 92,8% variabel minat nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan (X1), promosi (X2) dan lokasi (X3). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 7,2% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

## 1.5 Pembahasan

### 1.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan minat nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan suatu perusahaan maka minat konsumen akan semakin tinggi terhadap perusahaan tersebut ataupun produk yang ia tawarkan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh yang dilakukan oleh Maryam Batubara (2022) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Hal ini sesuai dengan teori dari Hasyim Azhar (2021) bahwa Kualitas pelayanan sangat berpengaruh sekali terhadap minat beli konsumen pada suatu produk atau jasa, karena ketika kualitas yang diberikan baik atau memenuhi

ekspektasi konsumen, maka loyalitas konsumen bisa digapai dan tentunya akan masa depan suatu usaha akan lebih menjanjikan.

### **1.5.2 Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah**

Promosi memiliki pengaruh positif dan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP. Hal ini menunjukkan semakin sering promosi dilakukan, cenderung akan meningkatkan minat konsumen terhadap suatu produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Titik Nurjannah Wijayanti (2020), yang mengemukakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat memilih. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Dr. H. Meyzi Herianto (2015) bahwa Promosi yang baik mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan dan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk melakukan promosi dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran dengan efektif.

### **1.5.3 Pengaruh Lokasi terhadap Minat Nasabah**

Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan FLPP. Hal ini menunjukkan lokasi yang strategis, cenderung akan meningkatkan minat konsumen terhadap untuk memilih perusahaan tersebut sebagai alternative memilih program atau produknya. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Hesti Safitri (2021), yang mengemukakan bahwa lokasi sangat menentukan minat konsumen terhadap suatu produk. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Garry Rondonuwu (2016) bahwa lokasi tempat yang strategis atau dekat dengan konsumen akan memudahkan konsumen mendatangi tempat dimana mereka bisa menemukan barang atau jasa yang konsumen butuhkan. Lokasi pemasan yang nyaman,

aman, bersih, ramai, dan mudah dijangkau, merupakan beberapa criteria lokasi yang diminati oleh banyak konsumen.

#### **1.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Nasabah**

Secara bersama-sama kualitas pelayanan, promosi dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan, promosi dan dekatnya lokasi maka akan semakin tinggi pula minat konsumen akan produk yang ada dalam perusahaan tersebut. Hal ini juga sesuai dengan penelitian Wawan dan Asmaul (2014) yang menyatakan kualitas pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Kualitas Pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan akan menimbulkan minat positif bagi konsumen untuk memilih suatu produk/layanan. Promosi yang baik pula akan menimbulkan minat bagi konsumen untuk memilih produk atau layanan tersebut. Sementara lokasi yang strategis dan gampang dijangkau oleh konsumen cenderung akan membuat konsumen memiliki minat yang tinggi dalam memilih suatu produk/layanan.