

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Kualitas Instrumen dan Data

a. Uji Validitas

Untuk menguji validitas masing-masing item pernyataan dari variabel penelitian. Menurut Ghozali (2006), Uji Validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner atau angket, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian dilakukan secara statistik yaitu menggunakan dukungan komputer.

Pengujian validitas menggunakan bantuan SPSS. Variabel dikorelasikan dengan total nilai masing-masing butir pernyataan dengan menggunakan teknik *product moment*. Kemudian nilai korelasi (r_{hitung}) yang telah diperoleh dibandingkan dengan nilai korelasi pada tabel (r_{tabel}). Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka artinya ada nilai korelasi yang menunjukkan bahwa alat ukur tersebut valid, begitu juga sebaliknya.

Dari hasil analisis dapat dilihat nilai korelasi antara skor pernyataan dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k-1$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk. Pada hal semacam ini, besarnya df dapat dihitung $100-5-1=94$ dengan *alpha* 0.05% (α 5%), maka akan didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,200 dengan jumlah total keseluruhan sampel sebanyak 100 responden dengan

menggunakan uji 2 sisi (Priyanto, 2008). Untuk mempermudah perhitungan dari validitas koefisien yang akan digunakan, maka jumlah nilai dari hasil angket akan dikelompokkan menurut masing-masing variabelnya.

Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS diperoleh hasil uji validitas terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel promosi, pelayanan, lokasi, produk dan keputusan menabung.

a) Uji Validitas Variabel Promosi

Hasil uji validitas terhadap 6 butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel promosi dapat dilihat pada tabel 15 dibawah ini:

Tabel 5.1.
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	P1	0,531	0,200	Valid
2	P2	0,592	0,200	Valid
3	P3	0,657	0,200	Valid
4	P4	0,572	0,200	Valid
5	P5	0,565	0,200	Valid
6	P6	0,573	0,200	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.1. diatas, dari hasil pengolahan data uji validitas variabel promosi diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai signifikansi (0,000) yang bernilai jauh dibawah 0.05. dengan demikian 6 butir pernyataan dalam angket untuk variabel X_1 dinyatakan valid.

b) Uji Validitas Variabel Pelayanan

Hasil uji validitas terhadap 5 butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel pelayanan dapat dilihat pada tabel 5.2. berikut ini:

Tabel 5.2.
Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	P1	0,672	0,200	Valid
2	P2	0,723	0,200	Valid
3	P3	0,562	0,200	Valid
4	P4	0,667	0,200	Valid
5	P5	0,531	0,200	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.2. diatas, dapat diketahui bahwa hasil pengolahan data uji validitas variabel pelayanan diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai signifikansi (0,000) yang bernilai di bawah 0,05. Dengan demikian 5 butir pernyataan dalam angket untuk variabel X_2 dinyatakan valid.

c) Uji Validitas Variabel Lokasi

Hasil uji validitas terhadap 4 butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel lokasi dapat dilihat pada tabel 5.3. berikut ini:

Tabel 5.3.
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	P1	0,753	0,200	Valid
2	P2	0,720	0,200	Valid
3	P3	0,632	0,200	Valid
4	P4	0,683	0,200	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.3. diatas, dapat diketahui bahwa hasil pengolahan data uji validitas variabel lokasi diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai signifikansi (0,000) yang bernilai di bawah 0,05. Dengan demikian 4 butir pernyataan dalam angket untuk variabel X_3 dinyatakan valid.

d) Uji Validitas Variabel Produk

Hasil uji validitas terhadap 5 butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel produk dapat dilihat pada tabel 5.4. dibawah ini:

Tabel 5.4.
Hasil Uji Validitas Variabel Produk

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	P1	0,676	0,200	Valid
2	P2	0,624	0,200	Valid
3	P3	0,591	0,200	Valid
4	P4	0,598	0,200	Valid
5	P5	0,637	0,200	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.4. diatas, dapat diketahui bahwa hasil pengolahan data uji validitas variabel produk diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai signifikansi (0,000) yang bernilai di bawah 0,05. Dengan demikian 5 butir pernyataan dalam angket untuk variabel X_4 dinyatakan valid.

e) Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung

Hasil uji validitas terhadap 5 butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan menabung dapat dilihat pada tabel 5.5. dibawah ini:

Tabel 5.5.
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	P1	0,527	0,200	Valid
2	P2	0,659	0,200	Valid
3	P3	0,709	0,200	Valid
4	P4	0,709	0,200	Valid
5	P5	0,615	0,200	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.5. diatas, dapat diketahui bahwa hasil pengolahan data uji validitas variabel keputusan menabung diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai signifikasi (0,000) yang bernilai di bawah 0,05. Dengan demikian 5 butir pernyataan dalam angket untuk variabel X_5 dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran yang telah dilakukan dapat dipercaya. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang sapat dipercaya juga. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60 (Imam Ghozali, 2005). Uji reliabilitas terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel promosi, pelayanan, lokasi, produk, dan keputusan menabung menggunakan program SPSS.

Berikut rumus dari *Cronbach Aplha*:

$$r_1 = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \acute{o}_b^2}{\acute{o}_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_1 = reliabilitas instrumen

k = banyaknya pernyataan

$\sum \acute{o}_b^2$ = jumlah varian butir

\acute{o}_t^2 = varian total

(Arikunto, 1993 dan Sugiyono,2012)

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 5.6. berikut ini:

Tabel 5.6.
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Promosi	0,606	Reliabel
2	Pelayanan	0,659	Reliabel
3	Lokasi	0,648	Reliabel
4	Produk	0,608	Reliabel
5	Keputusan Menabung	0,647	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari hasil pengujian didapatkan perhitungan koefisien *Cronbach Alpha* menyatakan bahwa semua variabel $> 0,60$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan baik dari variabel dependen maupun variabel independen adalah reliabel.

B. Uji Asumsi Klasik

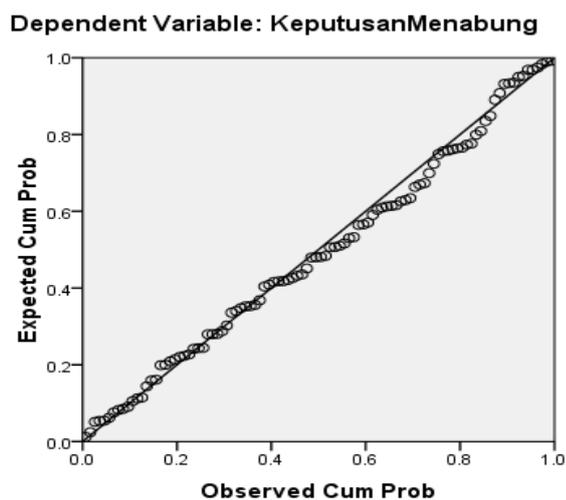
a) Uji Normalitas

Pengujian asumsi ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Data penelitian yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Metode yang digunakan adalah metode analisa grafik, metode ini dapat melihat data apakah berdistribusi normal atau tidak dengan melihat histogram dan *normal probability plot* yang diolah dengan SPSS.

Dasar pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika data mengikuti arah garis diagonal dan menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Gambar 5.1.
Normal Probability Plot

Dari gambar 5.1. diatas adalah grafik *Non Probability Plot* terlihat titik-titik yang menyebar mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik.

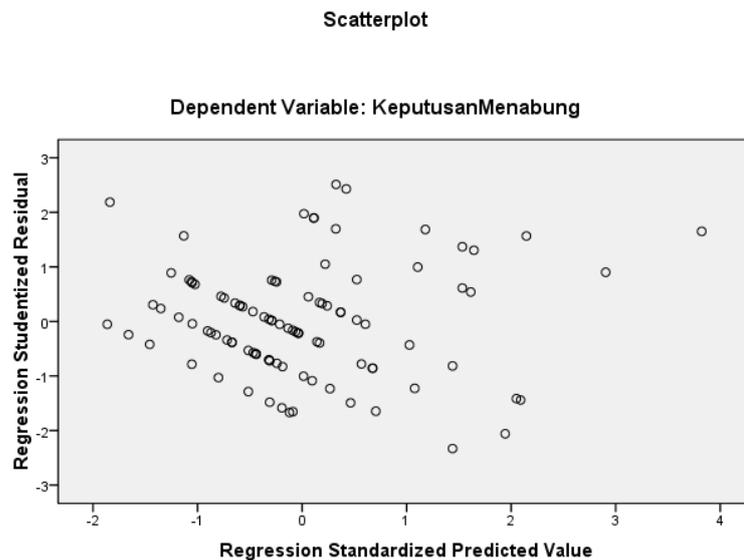
b) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual

untuk semua pengamatan pada model regresi. Pada heteroskedastisitas kesalahan yang terjadi tidak random, tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel. Model regresi yang baik yang homokedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Syarat yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika penyebaran data *scatter plot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka terjadi problem heteroskedastisitas
- b. Jika penyebaran data pada *scatter plot* tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) dan tidak teratur maka tidak terjadi problem heteroskedastisitas.



Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Gambar 5.2.
Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas

Hasil output SPSS pada gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar di atas atau di sekitar angka nol serta titik-titik data tidak mengumpul

hanya di atas atau di sekitar saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali dan penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola. Bila dilihat pada gambar 5.2. tersebut terlihat titik-titik menyebar secara acak, maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

c) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Jika ada kolerasi, maka terjadi multikolenieritas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Mempunyai nilai VIF di bawah angka 10.
- b. Angka toleransi di atas 0,10 (10%).

Tabel 5.7.
Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Promosi	0,975	1,026	Tidak terjadi multikolinieritas
Pelayanan	0,769	1,301	Tidak terjadi multikolinieritas
Lokasi	0,600	1,666	Tidak terjadi multikolinieritas
Produk	0,581	1,721	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.7. diatas, nilai *tolerance* menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas, karena memiliki nilai *tolerance* <10%. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak adanya variabel independen yang

memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

d) Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi (Umar, 2003). Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya).

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW), dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Terjadi autokorelasi positif jika nilai *Durbin-Watson* dibawah -2 ($DW < -2$).
- b. Tidak terjadi autokorelasi jika nilai *Durbin-Watson* beradaa di antara -2 dan $+2$ atau $-2 < DW < +2$.
- c. Terjadi autokorelasi negatif jika nilai *Durbin-Watson* di atas $+2$ atau $DW > +2$.

Tabel 5.8.
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,851

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* atas residual persamaan regresi didapat nilai DW adalah 1,851 dan $-2 < 1,851 < +2$. Maka disimpulkan bahwa data di atas tidak terjadi autokorelasi.

C. Uji Hipotesis dan Analisis Data

a. Uji Analisis Regresi Berganda

Dengan regresi berganda dapat diketahui terdapat tidaknya pengaruh antara promosi, pelayanan, lokasi dan produk terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

Tabel 5.9.
Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,127	2,486		,856	,394
Promosi	,093	,100	,071	,928	,356
Pelayanan	,184	,086	,185	2,134	,035
Lokasi	,244	,109	,220	2,243	,027
Produk	,372	,094	,394	3,955	,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,093X_1 + 0,184X_2 + 0,244X_3 + 0,372X_4$$

Dimana:

Y = Keputusan memilih menabung di Bank Syariah

X_1 = Promosi (*Promotion*)

X_2 = Layanan (*Service*)

X_3 = Lokasi (*Location*)

X_4 = Produk (*Product*)

Dari persamaan regresi dapat diartikan dan diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi X_1 (Variabel Promosi) sebesar 0,093 (9,3) dari semua faktor yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa variabel promosi merupakan variabel yang paling kecil berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah. Semakin banyak promosi yang dilakukan Bank Syariah maka akan semakin menarik keputusan nasabah untuk memilih menabung di Bank Syariah.
2. Koefisiens regresi X_2 (Variabel Pelayanan) sebesar 0,184 (18,4), pelayanan merupakan faktor kedua yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel pelayanan dengan variabel keputusan menabung, pelayanan yang semakin baik maka semakin naik keputusan nasabah untuk memilih menabung di Bank Syariah.
3. Koefisiensi regresi X_3 (Variabel Lokasi) sebesar 0,244 (24,4) dari semua faktor yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah. Hal ini dikarenakan nasabah menyatakan semakin strategis lokasi suatu bank maka akan mudah untuk bertransaksi.
4. Koefisien regresi X_4 (Variabel Produk) sebesar 0,372 (37,2) menyatakan bahwa variabel produk paling berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah. Hal ini dikarenakan produk yang diberikan Bank Syariah dapat diterima oleh nasabah sehingga

berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

b. Uji F

Uji F adalah suatu saran pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H_0 : Variabel independen promosi, pelayanan, lokasi, dan produk secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

H_1 : Variabel independen promosi, pelayanan, lokasi dan produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti secara keseluruhan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel tidak bebasnya.

Tabel 5.10.
Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	145.928	4	36.482	19.672	,000*
Residual	176.182	95	1.855		
Total	322.110	99			

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari hasil perhitungan didapat nilai F_{hitung} adalah 19.672 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,47 hal ini berarti nilai

F_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan F_{tabel} , selain itu nilai α atau signifikan juga menunjukkan angka dibawah 0,05 (0,000), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel promosi, pelayanan, lokasi dan produk terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada umumnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi-variasi dependen

Tabel 5.11.
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,673	,453	,430	1,362

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel diatas diketahui bahwa beasar kefisien determinasi (*Adjusted R Square*) atau kemampuan faktor-faktor promosi, pelayanan, lokasi, produk dalam menjelaskan variabel keputusan menabung di Bank Syariah (Y) sebesar 0,430 atau 43%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen cukup memberikan informasi yang dibutuhkan untuk mrrmprediksi variasi dependen. Dan sisanya 57% dijelaskan atau diprediksi oleh variabel lain diluar empat faktor dan model lain di luar model tersebut.

d. Uji t

Uji t adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Untuk melakukan uji t, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

➤ H_0 : Secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

H_1 : Secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

➤ H_0 : Secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

H_1 : Secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

➤ H_0 : Secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

H_1 : Secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

➤ H_0 : Secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara produk terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

H_1 : Secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara produk terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.

Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

Dimana hasil dari t_{tabel} dapat diketahui dengan rumus $(df) n - k - 1$ atau $100 - 4 -$

$1 = 95$ maka akan diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,985. Berikut hasil olahan data yang dapat diperoleh dilampiran.

Tabel 5.12.
Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	,856	,394
Promosi	,928	,356
Pelayanan	2,134	,035
Lokasi	2,243	,027
Produk	3,955	,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 5.12. diatas, kita dapat mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen atau keputusan menabung di Bank Syariah. Untuk lebih jelasnya akan dijabarkan sebagai berikut:

a. Variabel Promosi

Dari hasil perhitungan didapat nilai t_{hitung} dari variabel promosi sebesar 0,928 dengan nilai signifikansi 0,356 > 0,05 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Hal ini berarti t_{hitung} lebih kecil daripada t tabel. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa H_1 ditolak, artinya variabel promosi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah. Hal ini karena faktor promosi kurang tersebar, sehingga nasabah tidak terlalu mempunyai banyak pilihan. Sebaiknya meningkatkan publisitas dengan edukasi dan sosialisasi tentang Bank Syariah melalui media massa seperti internet, majalah maupun seminar.

b. Variabel Pelayanan

Dari hasil perhitungan variabel pelayanan didapat nilai t_{hitung} sebesar 2,134 dengan nilai signifikansi $0,035 < 0,05$ sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Hal ini dapat diartikan bahwa t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, artinya variabel pelayanan secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah. Artinya, pelayanan yang dilakukan oleh Bank Syariah sudah sesuai kriteria dari nasabah. Semakin baik kinerja pelayanan yang diberikan oleh karyawan semakin besar pula pengaruh keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah. Dalam melayani nasabah harus bersikap ramah, sopan dan santun.

c. Variabel Lokasi

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} variabel lokasi sebesar 2,243 dengan nilai signifikansi $0,027 < 0,05$ sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak. Jadi, variabel lokasi secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lokasi sudah sesuai kriteria dari nasabah, yaitu strategis dan mudah dijangkau.

d. Variabel Produk

Dari hasil didapatkan nilai t_{hitung} variabel produk sebesar 3,955 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Maka hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan variabel produk ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih menabung di Bank

Syariah. Artinya, nasabah memilih menabung di Bank Syariah karena produk yang sudah sesuai dengan ketentuan syariah.

D. Pembahasan

Hasil analisis regresi menghasilkan urutan besarnya pengaruh variabel-variabel independen yang berbeda. Ini terlihat dari besarnya koefisien regresi dari yang terbesar pengaruhnya sampai yang terkecil berturut-turut adalah produk (37,2), lokasi (24,4), pelayanan (18,4) dan promosi (9,3). Semua variabel independen (secara parsial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah dengan dilakukan uji secara parsial.

Sedangkan dari hasil uji F pengaruh secara bersama-sama (sacara simultan) masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah cabang Bantul, adapun besaran pengaruhnya adalah 43,0% sedangkan sisanya sebesar 57,0% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pengaruh yang paling dominan adalah variabel produk. Ini menandakan bahwa diantara ke empat variabel independen yang telah diuji pengaruh, variabel produklah yang memberikan kontribusi yang paling besar yaitu sebesar 37,2 dalam mempengaruhi keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah cabang Bantul. Hal ini dikarenakan produk yang diberikan Bank Syariah sudah sesuai ketentuan Islam, termasuk Bank Syariah yang mampu memberikan jaminan kepada nasabah sehingga mempunyai daya tarik tersendiri bagi nasabah yang menabung di Bank Syariah cabang Bantul.

Variabel yang mempunyai pengaruh yang kedua adalah variabel lokasi. Variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah cabang Bantul karena, nasabah menganggap bahwa lokasi Bank Syariah cabang Bantul yang strategis, dekat dengan nasabah dan mudah dijangkau. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Neneng Fajriyah (2013) dengan judul Pengaruh Promosi, Reputasi dan Lokasi Strategis terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III. Dalam penelitiannya faktor lokasi mempunyai pengaruh yang paling kecil namun berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi perusahaan harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target pasar sehingga dapat efisien dan efektif.

Variabel pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah cabang Bantul. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nandang Sunandar (2010) dalam skripsinya Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Bantul), yang memberikan kesimpulan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan dan merupakan faktor yang dominan mempengaruhi minat nasabah menabung. Maka, semakin baik kinerja pelayanan yang diberikan oleh karyawan semakin besar pula pengaruh keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah. Dalam melayani nasabah harus bersikap ramah, sopan dan santun.

Variabel promosi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah cabang Bantul. Hal ini berbeda

dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifa'atul Machmudah (2009) dalam skripsinya Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang), yang memberikan kesimpulan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung di bank syariah. Dengan kata lain, nasabah lebih memilih produk yang sudah sesuai syariah Islam, pelayanan yang baik, serta faktor lokasi yang strategis dan mudah dijangkau merupakan hal yang dianggap penting oleh nasabah dalam membuat keputusan menabung di Bank Syariah cabang Bantul.

Model regresi ini juga menunjukkan lulus dari uji asumsi klasik. Dan nilai *tolerance* dan VIF diketahui bahwa antar variabel independen tidak terdapat multikolinieritas. Untuk uji heteroskedastiditas, grafik *scatter plot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu Y, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi heterokedatisitas. Sedangkan grafik *normal plot* sebaran data mengikuti garis diagonal, maka hal ini menunjukkan pola distribusi yang normal. Berdasarkan uji asumsi klasik ini, maka model regresi cukup baik.