

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Kriyanan Kecamatan Wates Kulon Progo

1. Letak Geografis

Wilayah desa Kriyanan adalah salah satu desa yang terletak di kecamatan Wates, kabupaten Kulon Progo, provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa ini terletak di daerah dataran rendah. Desa kriyanan terdiri dari @89 kepala keluarga dan terbagi menjadi 6 RT yaitu RT 01, RT 02, RT 03, RT 04, RT 05, RT 06. Jarak desa kriyanan ke kecamatan ± 5 Km, sedangkan jarak ke kabupaten 2 Km, dan jarak ke Pemerintahan Ibu Kota Provinsi ± 35 Km.

Adapun luas wilayah Desa Kriyanan ± 425.1570 Ha, yang berbatasan dengan wilayah Desa lain yaitu:

- a. Sebelah utara : Desa Kemiri
- b. Sebelah timur : Sungai Serang
- c. Sebelah selatan : Desa Durungan
- d. Sebelah barat : Desa Gadingan

(Sumber: Wawancara dengan Ketua RW Desa Kriyanan)

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa Desa Kriyanan diapit dengan tiga Desa yang saling berdekatan dan juga berbatasan dengan sungai serang.

2. Demografi

Kehidupan masyarakat di Desa Kriyanan ini sangatlah beragam, tidak terbatas hanya pada hal tertentu, misalnya dalam hal beragama, pekerjaan, usia, dan sebagainya. Masyarakat Desa Kriyanan mayoritas memeluk agama Islam, walaupun ada beberapa sebagian masyarakat yang memeluk agama lain seperti

Kriten dan Katolik. Sedangkan jumlah masyarakat Desa Kriyanan sendiri sebanyak 952 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 484 jiwa dan perempuan sebanyak 468 jiwa.

Dari keterangan di atas peneliti mengambil keseluruhan RT untuk diteliti, karena dari keseluruhan masyarakat yang berada di Desa Kriyanan ini mayoritas pekerjaannya adalah wiraswasta dan pedagang. Dilihat dari segi pekerjaannya masyarakat di Desa ini tidak hanya bekerja sebagai wiraswasta, tetapi masyarakat di sini memiliki bermacam-macam pekerjaan dari yang bekerja sebagai petani sampai yang bekerja sebagai pegawai. Masyarakatnya pun tidak hanya penduduk pribumi saja. Di Desa ini juga sudah terjadi percampuran banyak budaya yang disebabkan banyaknya pendatang yang kemudian menetap di Desa Kriyanan. Di bawah ini bisa dilihat jenis mata pekerjaan masyarakat Desa Kriyanan.

Tabel 4. 1

Jenis Pekerjaan Masyarakat Desa Kriyanan

| No. | Pekerjaan | Jumlah |
|-----|-----------------|--------|
| 1 | Karyawan Swasta | 63 |
| 2 | Wiraswasta | 111 |
| 3 | Pedagang | 64 |
| 4 | Perdagangan | 26 |

| | | |
|----|------------------|----|
| 5 | Buruh Harian | 70 |
| 6 | Karyawan honorer | 4 |
| 7 | Pensiunan | 11 |
| 8 | PNS | 32 |
| 9 | Peternak | 2 |
| 10 | Karyawan BUMN | 3 |
| 11 | Sopir | 2 |
| 12 | Tukang batu | 2 |
| 13 | Petani/pekebun | 8 |
| 14 | Dokter | 2 |
| 15 | Guru | 5 |
| 16 | Mekanik | 3 |
| 17 | Tukang jahit | 3 |
| 18 | TNI | 2 |
| 19 | Dosen | 1 |
| 20 | Penata rambut | 1 |
| 21 | Penata rias | 1 |
| 22 | Karyawan BUMD | 1 |
| 23 | Perancang busana | 1 |
| 24 | Kepolisian RI | 11 |
| 25 | Pembantu | 1 |
| 26 | Kontruksi | 1 |

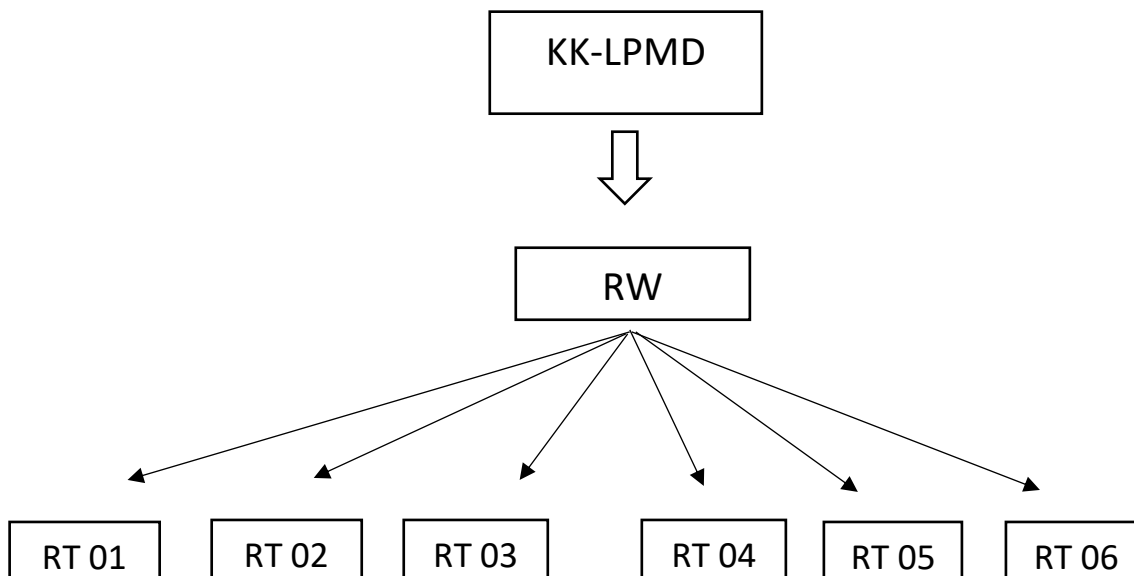
(Sumber: Wawancara dengan masing-masing ketua RT Desa Kriyanan)

B. Organisasi Pemerintahan

Organisasi merupakan tempat bagi sekelompok orang untuk saling bekerjasama yang mempunyai kekuasaan dan tanggung jawab serta berjalan secara terstruktur dari pucuk pimpinan hingga ke bawahan, yang di dalamnya terdapat sebuah kerjasama untuk mencapai sebuah tujuan yang sudah ditetapkan.

Desa merupakan wilayah yang berada di bawah Kecamatan yang ditempati oleh sejumlah penduduk sebagai suatu kesatuan masyarakat yang memudahkan pengaturan suatu desa. Suatu desa memiliki hak untuk mendirikan organisasi sendiri guna memudahkan dalam mengatur masyarakatnya. Di bawah ini adalah susunan struktur organisasi desa Kriyanan.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Desa Kriyanan



Adapun nama-nama yang menjabat dalam struktur organisasi di atas adalah:

1. Ketua KK-LPMD : Drs. Turmudi
2. Ketua RW : Kalis Gatot Raharjo
3. Ketua RT 01 : M. Dalduri Budi Prasetyo
4. Ketua RT 02 : Riyadi
5. Ketua RT 03 : R.Rumaji
6. Ketua RT 04 : Sumaryo
7. Ketua RT 06 : Tukidi

(Sumber: wawancara dengan masing-masing ketua RT Desa Kriyanan pada tanggal 15 November 2017)

C. Gambaran Umum Responden

Setiap responden memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Untuk itu perlu pengelompokan dengan karakteristik tertentu. Adapun karakteristik pengelompokan yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah LKS atau LKK, jenis kelamin dan usia. Berikut ini adalah hasil pengelompokan responden berdasarkan kuesioner yang telah disebar.

1. Minat Responden terhadap LKS dan LKK

Hasil skor jawaban responden dalam memilih lembaga keuangan baik LKS maupun LKK adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2

Minat Responden terhadap LKS dan LKK

| | |
|--|--------------------|
| | Minat Responden |
|--|--------------------|

| | |
|-------|-----|
| LKS | 39 |
| LKK | 61 |
| Total | 100 |

Sumber: Olah Data

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden terbanyak adalah lembaga keuangan konvensional yaitu dengan jumlah 61 responden dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah yang hanya 39 responden.

a. Karakteristik Responden pada Lembaga Keuangan Syariah

1) Jenis Kelamin

Responden yang telah terpilih dan dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin terbagi dalam dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Untuk mengetahui proporsi jenis kelamin dengan jelas dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4. 3

Jenis Kelamin Responden

| | Frequency | Percent | Valid percent | Cumulatif percent |
|-----------|-----------|---------|---------------|-------------------|
| Laki-laki | 17 | 43,6 | 43,6 | 43,6 |
| Perempuan | 22 | 56,4 | 56,4 | 56,4 |
| Total | 39 | 100,0 | 100,00 | |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah perempuan yaitu sebanyak 22 responden atau 56,6%, dibanding laki-laki yang hanya 17 responden atau 43,6%.

1) Usia

Berdasarkan usia responden dibagi menjadi empat bagian yaitu kurang dari 20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun dan lebih dari 50 tahun. Adapun hasil dari jawaban responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 4

Usia Responden

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 31-40 tahun | 18 | 46,2 | 46,2 | 46,2 |
| 41-50 tahun | 20 | 51,3 | 51,3 | 97,4 |
| >50 tahun | 1 | 2,6 | 2,6 | 100,0 |
| Total | 39 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 ini memperlihatkan bahwa usia responden terbanyak adalah usia 41-50 tahun sebanyak 20 responden atau 51,3%, dibandingkan dengan usia 31-40 tahun dan lebih dari 50 tahun yang hanya berjumlah 18 dan 1 atau 46,2% dan 2,6%.

b. Karakteristik Responden pada Lembaga Keuangan Konvensional

1) Jenis Kelamin

Tabel 4. 5

Jenis Kelamin Responden pada LKK

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------|-----------|---------|------------------|-----------------------|
| Laki-laki | 30 | 49,2 | 49,2 | 49,2 |
| Perempuan | 31 | 50,8 | 50,8 | 100,0 |
| Total | 61 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber: data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah perempuan yaitu sebanyak 31 responden atau 50,8%, dibanding laki-laki yang hanya 30 respnden atau 49,2%.

2) Usia

Tabel 4. 6

Usia responden pada LKK

| | Frequency | Percent | Valid percent | Cumulatif Percent |
|-----------|-----------|---------|------------------|----------------------|
| <20 tahun | 2 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |

| | | | | |
|-------------|----|-------|-------|-------|
| 20-30 tahun | 31 | 50,8 | 50,8 | 54,1 |
| 31-40 tahun | 21 | 34,4 | 34,4 | 88,5 |
| 41-50 tahun | 6 | 9,8 | 9,8 | 98,4 |
| >50 tahun | 1 | 1,6 | 1,6 | 100,0 |
| Total | 61 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber: data primer yang diolah 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.6 ini memperlihatkan bahwa usia responden terbanyak adalah usia 20-30 tahun sebanyak 31 responden atau 50,8%, dibandingkan dengan usia <20 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun dan >50 tahun yang hanya berjumlah 2, 21, 6, 1 responden atau 3,3%, 34,8%, 9,8% dan 1,6%.

D. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah dan valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner dengan melihat nilai *Pearson Correlation*. Pengujian signifikan menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai r hitung > r tabel maka pertanyaan dapat dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung < r tabel maka pertanyaan dapat dinyatakan tidak valid. Nilai r tabel pada penelitian ini adalah 0,316 untuk LKS dan 0,213 untuk LKK.

a. Lembaga Keuangan Syariah

Tabel 4. 7

Hasil uji validitas variabel produk pada LKS

| Variabel | Pearson Correlation | Keterangan |
|----------|------------------------|------------|
| Produk 1 | 0,898 | Valid |
| Produk 2 | 0,783 | Valid |
| Produk 3 | 0,862 | Valid |
| Produk 4 | 0,871 | Valid |

Sumber: hasil olah data SPSS

Tabel 4. 8

Hasil uji validitas variabel price pada LKS

| Variabel | Pearson correlation | Keterangan |
|----------|------------------------|------------|
| Price 1 | 0,587 | Valid |
| Price 2 | 0,712 | Valid |
| Price 3 | 0,780 | Valid |
| Price 4 | 0,823 | Valid |

Sumber: hasil olah data SPSS

Tabel 4. 9

Hasil uji validitas variabel place pada LKS

| Variabel | Pearson Correlation | Keterangan |
|----------|---------------------|------------|
| Place 1 | 0,951 | Valid |
| Place 2 | 0,943 | Valid |
| Place 3 | 0,903 | Valid |

Sumber: hasil olah data SPSS

Tabel 4. 10

Hasil Uji Validitas Variabel Promosi pada LKS

| Variabel | Pearson Correlation | Keterangan |
|-----------|---------------------|------------|
| Promosi 1 | 0,792 | Valid |
| Promosi 2 | 0790 | Valid |
| Promosi 3 | 0,822 | Valid |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 11

Hasil Uji Validitas Variabel Minat pada LKS

| Variabel | Pearson correlation | Keterangan |
|----------|---------------------|------------|
| Minat 1 | 0,734 | Valid |
| Minat 2 | 0,686 | Valid |
| Minat 3 | 0,577 | Valid |
| Minat 4 | 0,703 | Valid |
| Minat 5 | 0,611 | Valid |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan kelima tabel di atas, yang terdiri atas empat variabel independen dan satu variabel dependent, dan terdapat 19 indikator pertanyaan kuesioner dalam penelitian yang disebarakan kepada responden. Setelah melakukan uji validitas dari 19 pertanyaan tersebut dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari pada r tabel, r tabel didapat sebesar 0,316. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item tersebut dinyatakan valid

b. Lembaga Keuangan Konvensional

Tabel 4. 12

Hasil Uji Validitas Variabel Produk pada LKK

| Variabel | Pearson Correlation | Keterangan |
|----------|---------------------|------------|
| Produk 1 | 0,687 | Valid |
| Produk 2 | 0,619 | Valid |
| Produk 3 | 0,731 | Valid |
| Produk 4 | 0,799 | Valid |

Sumber: hasil olah data SPSS

Tabel 4. 13

Hasil Uji Validitas Variabel Price pada LKK

| Variabel | Pearson Correlation | Keterangan |
|----------|---------------------|------------|
| Price 1 | 0,699 | Valid |
| Price 2 | 0,760 | Valid |
| Price 3 | 0,722 | Valid |
| Price 4 | 0,710 | Valid |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 14

Hasil Uji Validitas Variabel Place pada LKK

| Variabel | Pearson Correlation | Keterangan |
|----------|---------------------|------------|
| Place 1 | 0,886 | Valid |
| Place 2 | 0,914 | Valid |
| Place 3 | 0,907 | Valid |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 15

Hasil Uji Validitas Variabel Promosi pada LKK

| Variabel | Pearson Correlate | Keterangan |
|----------|-------------------|------------|
|----------|-------------------|------------|

| | | |
|-----------|-------|-------|
| Promosi 1 | 0,836 | Valid |
| Promosi 2 | 0,782 | Valid |
| Promosi 3 | 0,822 | Valid |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 16

Hasil Uji Validitas Variabel Minat pada LKK

| Variabel | Pearson Correlate | Keterangan |
|----------|-------------------|------------|
| Minat 1 | 0,680 | Valid |
| Minat 2 | 0,677 | Valid |
| Minat 3 | 0,657 | Valid |
| Minat 4 | 0,695 | Valid |
| Minat 5 | 0,467 | Valid |

Berdasarkan kelima tabel di atas, yang terdiri atas empat variabel independen dan satu variabel dependent, dan terdapat 19 indikator pertanyaan kuesioner dalam penelitian yang disebarkan kepada responden. Setelah melakukan uji validitas dari 19 pertanyaan tersebut dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari pada r tabel, r tabel didapat sebesar 0,213. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstru. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menentukan item tersebut reliabel atau tidak

menggunakan batasan 0,6. Suatu item pertanyaan dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,6.

Tabel 4. 17

Hasil Uji Reliabilitas pada LKS

| Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|--------------|------------------|------------|
| Produk (X1) | 0,871 | Reliabel |
| Price (X2) | 0,871 | Reliabel |
| Place (X3) | 0,924 | Reliabel |
| Promosi (X4) | 0,709 | Reliabel |
| Minat (Y) | 0,680 | Reliabel |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 18

Hasil Uji Reliabilitas pada LKK

| Variabel | Cronbach's alpha | Keterangan |
|--------------|------------------|------------|
| Produk (X1) | 0,669 | Reliabel |
| Price (X2) | 0,683 | Reliabel |
| Place (X3) | 0,879 | Reliabel |
| Promosi (X4) | 0,745 | Reliabel |
| Minat (Y) | 0,638 | Reliabel |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.17 dan tabel 4.18, maka dapat diuraikan hal-hal sebagai berikut: gambaran pada variabel pertama yaitu Produk nilai koefisien *cronbach's alpha* yang diperoleh pada LKS adalah sebesar 0,871 sedangkan untuk LKK adalah sebesar 0,669. Hal ini menunjukkan bahwa

instrumen yang digunakan untuk mengukur produk adalah reliabel karena mempunyai koefisien *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,316 dan 0,213.

Untuk variabel kedua price nilai koefisien *cronbach' alpha* nya sebesar 0,871 untuk LKS dan 0,683 untuk LKK. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur price adalah reliabel karena mempunyai koefisien *cronbach's alpha* lebih besar dari r tabel =0,316 untuk LKS dan 0,213 untuk LKK .

Kemudian untuk variabel ketiga yaitu place, nilai koefisien *cronbach's alpha* yang diperoleh adalah sebesar 0,924 untuk LKS dan 0,879 untuk LKK, hasil itu menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur place adalah reliabel karena mempunyai nilai koefisien *cronbach's alpha* lebih besar dari r tabel =0,316 untuk LKS dan 0,213 untuk LKK.

Dan untuk variabel ke empat promosi mempunyai nilai koefisien *cronbach alpha* sebesar 0,709 untuk LKS dan 0,745 untuk LKK. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen untuk mengukur adalah reliabel karena lebih besar dari r tabel. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah sebesar 0,680 untuk LKS dan untuk LKK sebesar 0,638. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur keputusan masyarakat untuk memilih menabung di lembaga keuangan syariah maupun konvensional adalah reliabel karena memiliki koefisien *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai r tabel =0,316 dan 0,213.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4. 19

Hasil Uji Normalitas pada LKS

| N | Sig |
|----|-------|
| 39 | 0,785 |

Sumber: hasil olah data SPSS

Tabel 4. 20

Hasil Uji Normalitas pada LKK

| N | Sig |
|----|-------|
| 61 | 0,584 |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hasil output pada tabel 4.19 dan tabel 4.20 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) pada LKS sebesar 0.785 dan untuk LKK sebesar 0,584. Karena nilai signifikan lebih dari 0.05, maka nilai residual terdistribusi dengan normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 21

Hasil Uji Heteroskedastisitas pada LKS

| Variabel | Sig |
|----------|-------|
| Produk | 0,205 |
| Price | 0,588 |
| Place | 0,139 |

| | |
|---------|-------|
| Promosi | 0,985 |
|---------|-------|

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 22

Hasil Uji Heteroskedastisitas pada LKK

| Variabel | Sig |
|----------|-------|
| Produk | 0,101 |
| Price | 0,459 |
| Place | 0,727 |
| Promosi | 0,635 |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

3. Uji Multikolerinieritas

Tabel 4. 23

Hasil Uji Multikolinearitas pada LKS

| Variabel | Tolerance | VIF |
|----------|-----------|-------|
| Produk | 0,824 | 1.214 |
| Price | 0,940 | 1.064 |

| | | |
|---------|-------|-------|
| Place | 0,828 | 1.208 |
| Promosi | 0,950 | 1.052 |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 24

Hasil Uji Multikolinearitas pada LKK

| Variabel | Tolerance | VIF |
|----------|-----------|-------|
| Produk | 0,778 | 1.285 |
| Price | 0,773 | 1.293 |
| Place | 0,708 | 1.413 |
| Promosi | 0,795 | 1.259 |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Multikolinieritas artinya antar variabel independen yang terdapat pada model regresi memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (Priyatno, 2014: 99). Dengan melihat nilai *tolerance* dan *inflation factor (VIF)* pada model regresi. Dari *output* tabel 4.23 dan 4.24 diatas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* keseluruhan variabel lebih dari 0.1 dan VIF kurang dari 5, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi di atas bebas dari multikolinearitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 25

Hasil Uji Regresi Linier Berganda pada LKS

| Variabel | B |
|----------|-------|
| Constant | 1.503 |
| Produk | 0,253 |
| Price | 0,261 |
| Place | 0,313 |
| Promosi | 0,216 |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 26

Hasil Uji Regresi Linier Berganda pada LKK

| Variabel | B |
|----------|--------|
| Constant | -0,126 |
| Produk | 0,350 |
| Price | 0,443 |

| | |
|---------|-------|
| Place | 0,335 |
| Promosi | 0,043 |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

$$Y1 = 1.503 + 0.253X1 + 0.261X2 + 0.313X3 + 0.216X4 + e$$

$$Y2 = -0,126 + 0,350X1 + 0,443X2 + 0,335X3 + 0,043X4 + e$$

- a. Constanta Y1 sebesar 1,503 berarti bahwa variabel produk, harga, lokasi, dan promosi, konstant atau sebesar 0, maka minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah adalah sebesar 1.503. sedangkan constanta pada Y2 sebesar -0,126 berarti bahwa variabel produk, harga, lokasi dan promosi konstant atau sebesar 0, maka minat masyarakat menabung di lembaga keuangan adalah sebesar -0,126.
- b. Produk = 0,253 apabila produk mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel produk, harga, lokasi, promosi konstant atau sebesar 0, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,253. Sedangkan variabel produk pada Y2 sebesar 0,350 berarti bahwa variabel price, place dan promosi konstant atau sebesar 0, maka minat masyarakat menabung di lembaga keuangan adalah sebesar 0,350.
- c. harga = 0,261 apabila harga mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel produk, lokasi, promosi konstant atau sebesar 0, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,261. Sedangkan variabel harga pada Y2 sebesar 0,443 berarti bahwa variabel produk, lokasi dan promosi konstant atau sebesar 0, maka minat masyarakat menabung di lembaga keuangan adalah sebesar 0,443

- d. lokasi = 0,313 apabila lokasi mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan produk, harga, promosi konstant atau sebesar 0, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,313. Sedangkan variabel lokasi pada Y2 sebesar 0,335 berarti bahwa variabel produk, harga dan promosi konstant atau sebesar 0, maka minat masyarakat menabung di lembaga keuangan adalah sebesar 0,335
- e. Promosi = 0,216 apabila promosi mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan produk, harga, lokasi konstant atau sebesar 0, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,216. Sedangkan variabel promosi pada Y2 sebesar 0,043 berarti bahwa variabel produk, harga, lokasi konstant atau sebesar 0, maka minat masyarakat menabung di lembaga keuangan adalah sebesar 0,043

F. Uji hipotesis

1. Uji t

Tabel 4. 27

Hasil uji t pada LKS

| Variabel | T | Sig |
|----------|-------|-------|
| Produk | 2.312 | 0.027 |
| Price | 1.673 | 0.104 |
| Place | 2.224 | 0.033 |
| Promosi | 1.219 | 0.231 |

Sumber: hasil olah data SPSS

Tabel 4. 28

Hasil uji t pada LKK

| Variabel | T | Sig |
|----------|-------|-------|
| Produk | 3.463 | 0.001 |
| Price | 3.700 | 0.000 |
| Place | 3.038 | 0.004 |
| Promosi | 0.303 | 0.763 |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

1) Variabel produk

Berdasarkan tabel 4.27 di atas nilai t hitung sebesar 2.312 dengan nilai signifikansi sebesar 0.027. Karena nilai nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu $2.312 > 2.032$ dan nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka variabel produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di LKS. Sedangkan pada tabel 4.28 untuk LKK nilai t hitung sebesar 3.463 dengan nilai signifikansi 0.001. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.463 > 2.003$ dan nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka variabel produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di LKK.

2) Variabel Harga

Berdasarkan tabel 4.27 di atas nilai t hitung sebesar 1.673 dengan signifikansi sebesar 0.104. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $1.673 < 2.032$ dan nilai signifikansi lebih dari 0.05 maka variabel harga tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah. Sedangkan pada tabel 4.28 untuk LKK nilai t hitung

sebesar 3.700 dengan signifikansi sebesar 0.000, Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.700 > 2.003$ dan nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka variabel harga berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di LKK.

3) Variabel Lokasi

Berdasarkan tabel 4.27 diatas nilai t hitung sebesar 2.224 dengan signifikansi sebesar 0.333. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2.224 < 2.032$ dan nilai signifikansi lebih dari 0.05 maka variabel lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah. Sedangkan pada tabel 4.28 untuk LKK nilai t hitung sebesar 3.038 dengan signifikansi sebesar 0.004. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.038 > 2.003$ dan nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka variabel lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di LKK.

4) Variabel Promosi

Berdasarkan tabel 4.27 diatas nilai t hitung sebesar 1.219 dengan signifikansi sebesar 0.231. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $1.219 < 2.032$ dan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah. Sedangkan pada tabel 4.28 untuk LKK nilai t hitung sebesar 0.303 dengan signifikansi sebesar 0.763. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $0.303 < 2.003$ dan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di LKK.

2. Uji F

Tabel 4. 29

Hasil Uji F pada LKS

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig |
|------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| Regression | 46.078 | 4 | 11.520 | 6.497 | .001 |
| Residual | 60.281 | 34 | 1.773 | | |
| Total | 106.359 | 38 | | | |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 30

Hasil Uji F pada LKK

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig |
|------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Regression | 101.587 | 4 | 25.397 | 18.913 | .000 |
| Residual | 75.199 | 58 | 1.343 | | |
| Total | 176.787 | 60 | | | |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan pada tabel 4.29 di atas nilai f hitung sebesar 6.497 dengan signifikansi sebesar 0.001. Karena f hitung lebih besar dari f tabel yaitu $6.497 > 2.65$ maka variabel produk, harga, lokasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah. Begitu pula pada tabel 4.30 diatas , dengan nilai f hitung sebesar 18.913 dengan signifikansi sebesar 0.000. Karena f hitung lebih besar dari f tabel yaitu $18.913 > 2.54$ maka variabel produk, harga, lokasi, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan konvensional.

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dengan melihat nilai *Adjusted R Square*. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 31

Hasil Uji Koefisien Determinasi pada LKS

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .658 | .433 | .367 | 1.332 |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 32

Hasil Uji Koefisien Determinasi pada LKK

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .758 | .575 | .544 | 1.159 |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Jadi sebesar 0.367 atau 36,7% variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 63.3% dipengaruhi oleh faktor lain. Kemudian untuk yang LKK sebesar 0,544 atau 54.4% variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan untuk sisanya yaitu sebesar 45.5 dipengaruhi oleh faktor lain.

G. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat dijelaskan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Produk dalam Menentukan Minat Masyarakat untuk Menabung di LKS maupun LKK

Dalam penelitian ini diketahui bahwa faktor produk berpengaruh dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di LKS maupun LKK. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis (pada tabel 4.27 dan tabel 4.28) menunjukkan bahwa pada Y1 nilai t_{hitung} yaitu sebesar 2,312 dengan nilai signifikansi sebesar 0,027. Berarti nilai t hitung lebih besar dr pada t tabel yaitu $2.312 > 2.032$ dan nilai signifikansi ($0,027 > 0,05$). Sedangkan pada Y2, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 3.463 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.463 > 2.00$ dan nilai signifikansi ($0,001 > 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor produk berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di LKS maupun LKK.

Hasil yang diperoleh di lapangan juga membuktikan bahwa produk berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di LKS maupun LKK. Hal ini didasarkan pada Oleh sebab itu, produk menjadi salah satu faktor utama masyarakat dalam memilih LKS maupun LKK.

2. Pengaruh Faktor Price dalam Menentukan Minat Masyarakat untuk menabung di LKS maupun LKK

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa faktor price tidak berpengaruh dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di LKS. Akan tetapi, faktor pelayanan berpengaruh dalam menentukan minat masyarakat untuk

menabung di LKK. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis (pada tabel 4.27 dan tabel 4.28) menunjukkan bahwa pada Y1, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 1.673 dengan nilai signifikansi sebesar 0,104. Berarti nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $1.673 < 2.032$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,104 > 0,05$). Sedangkan pada Y2, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 3.700 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.700 > 2.003$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor price tidak berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat menabung di LKS. Akan tetapi, faktor pelayanan berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat menabung di LKK.

3. Pengaruh Faktor Lokasi dalam Menentukan Minat Menabung di LKS maupun LKK

Dalam penelitian ini diketahui bahwa faktor lokasi berpengaruh dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di LKS maupun LKK. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis (pada tabel 4.27 dan tabel 4.28) menunjukkan bahwa pada Y1 nilai t_{hitung} yaitu sebesar 2.224 dengan nilai signifikansi sebesar 0,033. Berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2.224 < 2.032$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,033 > 0,05$). Sedangkan pada Y2, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 3.038 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004. Berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.038 > 2.003$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,004 > 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor lokasi berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat menabung di LKS maupun LKK.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Detha A Fajri, dkk (2013) yang menyatakan bahwa lokasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan menabung pada Bank Muamalat. Selain itu, penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Herry Sutanto dan Khaerul Umam (2013) bahwa penetrasi pasar perbankan syariah tidak akan berhasil tanpa didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula, untuk menjual jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Hasil yang diperoleh di lapangan juga membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat pedagang pasar untuk menabung di LKS maupun LKK.

4. Pengaruh Faktor Promosi dalam Menentukan Minat Masyarakat untuk Menabung di LKS maupun LKK

Dalam penelitian ini diketahui bahwa faktor promosi tidak berpengaruh dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di LKS maupun LKK. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis (pada tabel 4.27 dan tabel 4.28) menunjukkan bahwa pada Y1 nilai t_{hitung} yaitu sebesar 1.219 dengan nilai signifikansi sebesar 0,231. Berarti nilai t_{hitung} lebih kecil dari t tabel yaitu $1.219 < 2.032$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,231 > 0,05$). Sedangkan pada Y2, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 0.303 dengan nilai signifikansi sebesar 0,763. Berarti nilai t_{hitung} lebih kecil dari t tabel yaitu $0.303 < 2.003$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,763 > 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor promosi tidak berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat yaitu untuk menabung di LKS maupun LKK.

Hasil yang diperoleh di lapangan juga membuktikan bahwa promosi tidak berpengaruh dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung. Karena lembaga keuangan syariah maupun konvensional kurang dalam melakukan promosi. Mereka hanya melakukan promosi menggunakan brosur saja.