

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah dan Kegiatan Operasional Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan

Priode I beroperasi sejak tanggal 08 November 1994, yang semula berkedudukan di jalan perintis kemerdekaan No. 151 – A Tanjung Morawa. Diresmikan oleh gubernur Sumatera Utara H. Raja Inal Siregar. Sebagai direktur Utama H. Suprpto dan sebagai Komisaris Ir.H. M. Arifin Kamdi, Msi, H. Maslin Batu Bara, Khalifah Sihotang, Hidayatullah, SE, Drs. H. Miftahaddin MBA. Pada priode II dibentuk nama struktur organisasi baru yaitu: Direktur Utama H. T. Kholisbah dan sebagai komisaris Ir. H. M.Arifin Kamdi Msi, Drs. H. Miftahuddin MBA. Alhamdulillah priode III pada tanggal 02 April 2003 kantor PT.BPR Syariah Al-Wasliyah telah berpindah di jalan SM. Raja No. 51 D Sp. Limun Medan, yang diresmikan oleh gubernur Sumatera Utara yakni H.T.Rizal Nurdin. Sebagai Direktur Utama Hidayatullah SE dan komisaris adalah Ir. H. M. Arifin Kamdi, Msi, dan Drs. H. Miftahuddin MBA.¹

Bank menjalankan operasionalnya berdasarkan Syariah Islam, dengan menjauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung riba dan sejak tahun 2013 telah memiliki gedung baru di jalan G. Krakatau No. 28 Medan, yang diresmikan oleh Gubernur Sumatera Utara yakni H. Gatot Pudjonugroho MS.i pada tanggal 06 januari 2014 dan pada saat peresmian tersebut yang menjabat. sebagai komisaris Drs. H. Hasbullah Hadi, SH, Mkn dan Drs. H. Miftahuddin, MBA. Dewan pengawas Syariah adalah Prof. Dr. H. Ramli Abd Wahid, M.A. sebagai direktur Utama H. Bambang Risbagio, SE dan Direktur Operasional Tri Auri Yanti, ME.I. Dan pada periode 2016 sampai dengan sekarang yang menjabat sebagai komisaris yaitu Drs. H. Miftahuddin, MBA dan H. R Yuriandi Siregar SE. Sebagai dewan pengawas syariah Dr. H. Arso, SH, S.Ag dan Dr. Ansari Yamamah, MA serta sebagai Dewan direksi yaitu H. R. Bambang Risbagio, SE selaku direktur utama dan Tri Auri Yanti, ME.I selaku direktur operasional.

2. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

a. Visi

“menjadikan BPR Syariah sebagai sarana untuk mencapai kesejahteraan ummat”

¹Data BPRS Al-Washliyah Kota Medan, Diakses Tanggal 21 Februari 2017.

b. Misi

- Memberikan pelayanan yang optimal berdasarkan prinsip Syariah dengan mengutamakan kepuasan
- Menjalankan bisnis yang sehat, serta melahirkan ide-ide inovatif untuk mendorong usaha bersama.

c. Tujuan

Tujuan utama manajemen BPR Syariah Al-Washliyah adalah merencanakan dan mengatur perusahaan untuk menambah penghasilan dan peningkatan profit dan falan orientet.

3. Produk Perusahaan

a. Produk Dana

1) Tabungan Wadiah

Merupakan titipan nasabah yang dapat ditarik stiap saat dan bank dapat memberikan bonus kepada nasabah pemanfaatan dana titipan ini.

2) Tabungan Mudharabah

Simpanan nasabah yang dikelola oleh bank untuk memperoleh keuntungan dibagi sesuai nisab yang telah disepakati, setoran awal Rp. 10.000,- dan setoran selanjutnya tidak dibatasi.

3) Deposito Mudharabah

Simpanan berupa investasi tidak terkait yang penarikannya sesuai jangka waktu yang ditetapkan dan akan memperoleh bagi hasil sesuai dengan kesepakatan.

b. Produk Pembiayaan / Piutang

1) Pembiayaan Mudharabah

Merupakan kerjasama dengan pemilik dana kepada pengelola untuk kegiatan usaha tertentu dimana keuntungan dibagi sesuai nisab yang disepakati.

2) Pembiayaan Musyarakah

Merupakan kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan modal serta keuntungan dibagi dengan kerugian ditanggung bersama.

3) Pembiayaan Murabahah

Merupakan jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin / keuntungan yang telah disepakati awal.

4) Ijarah

Merupakan akad sewa menyewa antara kedua belah pihak untuk memperoleh imbalan atas barang yang disewa.

5) Ijarah / Muntahiyah Bittamlik

Akad sewa menyewa dengan opsi perpindahan hak di akhir sewa.

6) Transaksi Multijasa

Piutang diberikan kepada nasabah dalam memberikan manfaat atas suatu jasa dengan menggunakan akad ijarah atau kafalah.

7) Rahn

Penyerahan barang sebagai jaminan untuk mendapatkan hutang

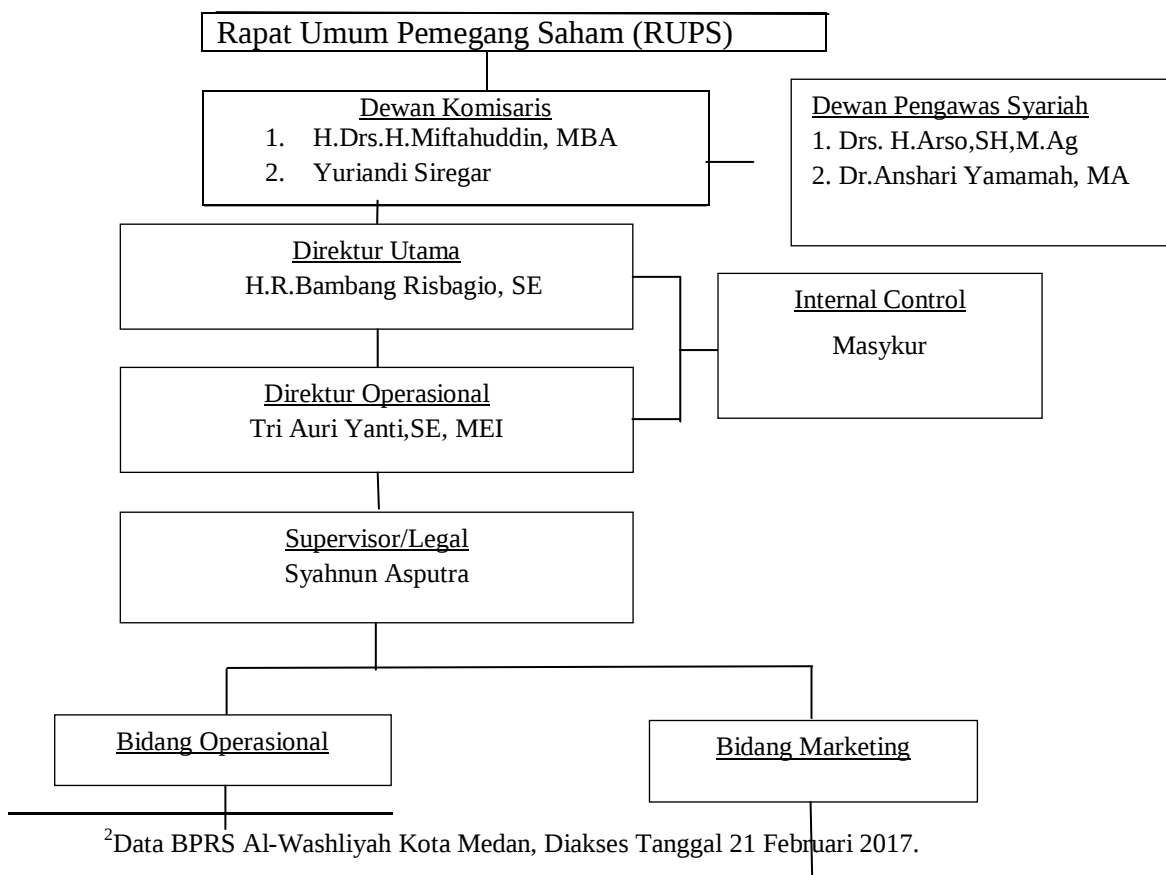
8) Qordh

Pinjaman dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman, secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.

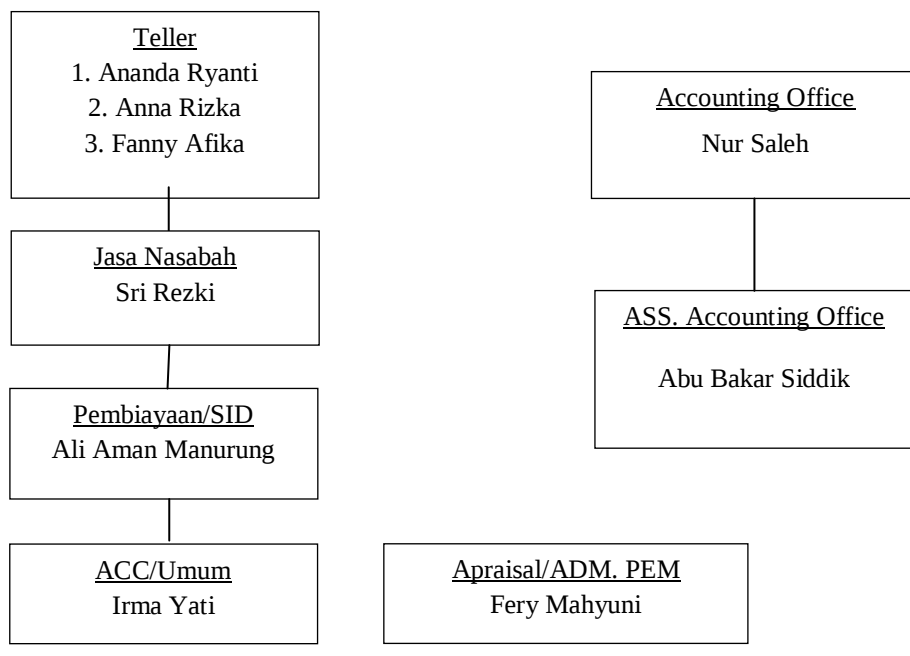
9) Qardhul Hasan

Dana kewajiban yang berasal dari Zakat, Infaq, dan Sadaqah (ZIS).

4. Struktur Organisasi²



²Data BPRS Al-Washliyah Kota Medan, Diakses Tanggal 21 Februari 2017.



Gambar 1. Struktur Organisasi PT. BPRS Al-Washliyah Medan

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Penelitian

Analisis deskriptif yaitu analisis yang ditunjukkan pada perkembangan dan pertumbuhan dari suatu keadaan tertentu dengan cara menguraikan tentang sifat-sifat dari objek penelitian tersebut. Dalam hal ini penulisan dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif, yaitu dengan membaca tabel-tabel, angka-angka yang tersedia kemudian dilakukan uraian dan penafsiran.

Pengelolaan data pada penelitian ini dilakukan dengan *Microsoft Excel 2010* juga *IBM SPSS Statistics 23*, dan yang bertujuan untuk dapat mengolah data dan memperoleh hasil dari variabel- variabel yang diteliti, yaitu terdiri dari variabel independet yaitu variabel produk, promosi dan pelayanan serta variabel dependent yaitu produk pembiayaan multijasa.

a. Karakteristik Responden

1) Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Proporsi Responden Dalam Sampel Menurut Jenis Kelamin

No		Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Proposi
1	Nasabah Produk Pembiayaan Multijasa	Laki-laki	20	31,7%
		Perempuan	43	68,3%

	Jumlah	63	100
--	---------------	-----------	------------

Sumber: *Data Demografi Pada Kuesioner, 2017*

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis kelamin masyarakat yang memutuskan untuk menjadi nasabah pengguna produk pembiayaan multijasa di PT. BPRS Al-Washliyah Kota Medan dapat kita lihat dari tabel diatas bahwa nasabah berjenis kelamin laki-laki berjumlah 20 orang dan nasabah berjenis kelamin perempuan berjumlah 43 orang, atau persentase pada gambar grafik diatas bahwa persentase laki-laki 31,7% dan persentase perempuan 68,3%. Maka dapat disimpulkan bahwa nasabah yang bertransaksi menggunakan jasa produk pembiayaan multijasa paling banyak dari jenis kelamin adalah perempuan.

2) Umur

Tabel 4.2

Proporsi Responden Dalam Sampel Menurut Umur

NO		Jenis Umur	Jumlah Responden	Proporsi
	Nasabah Produk Pembiayaan Multijasa	20-30	25	39,7%
		31-40	8	12,6%
		>40	30	47,7%
			63	100%

Sumber: *Data Demografi Pada Kuesioner, 2017*

Dari hasil responden penelitian ini berdasarkan jenis umur nasabah yang bertransaksi di PT. BPRS Al-Washliyah menggunakan produk pembiayaan multijasa, dapat kita lihat dari tabel diatas bahwa nasabah yang berumur 20-30 tahun berjumlah 25 orang, nasabah yang berumur 31-40 tahun berjumlah 8 orang, dan nasabah yang berumur >40 tahun berjumlah 30 orang, atau persentase dari responden bahwa yang berumur 20-30 tahun sebesar 39,7%, nasabah yang berumur 30-40 tahun sebesar 12,6%, dan nasabah yang berumur >40 tahun sebesar 47,7%, maka jumlah nasabah yang bertransaksi di PT. BPRS Al-Washliyah menggunakan produk pembiayaan multijasa paling banyak yaitu nasabah yang berumur >40 tahun.

b. Statistik Data

Angket penelitian yang digunakan untuk mengetahui variabel apa yang paling dominan yang mempengaruhi preferensi nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa terdiri dari 17 pertanyaan, dimana pertanyaan untuk variabel produk (X1) 4 pertanyaan, untuk

Item Responden	Skor Jawaban Responden										Σ
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	

1	-	-	4	6,3	27	42,8	27	42,8	5	7,9	63
2	-	-	2	3,17	17	26,9	30	47,7	14	22,2	63
3	-	-	3	4,7	23	36,5	29	46,0	8	12,6	63
4	-	-	5	7,9	22	34,9	27	12,6	9	14,2	63

Sumber: *Data Demografi Pada Kuesioner, 2017*

2. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Uji ini menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dengan uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pernyataan berpengaruh signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berpengaruh terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Dengan 63 responden nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2480 dan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuisoner tersebut valid. Maka dalam penelitian ini pernyataan yang valid dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

Variabel	Kuisoner	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Variabel Produk (X1)	Pernyataan 1	0,861	0.2480	Valid
	Pernyataan 2	0,788	0.2480	Valid
	Pernyataan 3	0,795	0.2480	Valid
	Pernyataan 4	0,727	0.2480	Valid
Variabel Promosi (X2)	Pernyataan 5	0,691	0.2480	Valid
	Pernyataan 6	0,711	0.2480	Valid
	Pernyataan 7	0,718	0.2480	Valid
	Pernyataan 8	0,648	0.2480	Valid
	Pernyataan 9	0,561	0.2480	Valid
Variabel Pelayanan (X3)	Pernyataan 10	0,570	0.2480	Valid
	Pernyataan 11	0,780	0.2480	Valid

Variabel Produk Pembiayaan Multijasa (Y)	Pernyataan 12	0,730	0.2480	Valid
	Pernyataan 13	0,714	0.2480	Valid
	Pernyataan 14	0,854	0.2480	Valid
	Pernyataan 15	0,844	0.2480	Valid
	Pernyataan 16	0,694	0.2480	Valid
	Pernyataan 17	0,853	0.2480	Valid

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

b. Uji Realibilitas

Uji menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat ukur digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk menilai apakah kuisioner ini realibel atau tidak. Skala tersebut dapat dikelompokkan menjadi 5 (lima) kelas range yang sama, maka ukuran ketetapan Alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Tabel 4.8 Case Processing Summary

Tingkat

Realibilitas

Berdasarkan Tingkat Alpha

No	Alpha	Tingkat Realibilitas
1.	0,00 s/d 0,20	Kurang realibel
2.	0,20 s/d 0,40	Agak realibel
3.	0,40 s/d 0,60	Cukup realibel
4.	0,60 s/d 0,80	Realibel
5.	0,80 s/d 1,00	Sangat realibel

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

1) Variabel Produk (X1)

Berdasarkan hasil jawaban kuisioner dari variabel Produk maka didapat hasil realibitas pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	63	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	63	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Pada bagian *case processing summary* terlihat bahwa responden yang diteliti pada kuesioner berjumlah 63 orang (N=63), dan semua data tidak ada dikeluarkan dari analisis.

Tabel 4.10

Tingkat Realibitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,802	4

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Hasil uji realibitas dapat dilihat pada output realibity statistics. Didapat nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,802. Karena nilai diatas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut berada pada kategori “Realibel”.

2) Variabel Promosi (X2)

Berdasarkan hasil jawaban kuisoner dari variabel promosi maka didapat hasil realibitas pada tabel berikut:

Tabel 4.11

Case Processing Summary

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	63	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	63	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Pada bagian *case processing summary* terlihat bahwa responden yang diteliti pada kuesioner berjumlah 63 orang (N=63), dan semua data tidak ada dikeluarkan dari analisis.

Tabel 4.12

Tingkat Realibitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,683	5

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Hasil uji realibitas dapat dilihat pada output realibity statistics. Didapat nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,683. Karena nilai diatas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut berada pada kategori “Realibel”.

3) Variabel Pelayanan (X3)

Berdasarkan hasil jawaban kuisioner dari variabel pelayanan maka didapat hasil realibitas pada tabel berikut:

Tabel 4.13

Case Processing Summary

Case Processing Summary		
		N
		%
Cases	Valid	63
	Excluded ^a	0
	Total	63

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Pada bagian *case processing summary* terlihat bahwa responden yang diteliti pada kuesioner berjumlah 63 orang (N=63), dan semua data tidak ada dikeluarkan dari analisis.

Tabel 4.14

Tingkat Realibitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

,654	4
------	---

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada output realibity statistics. Didapat nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,654. Karena nilai diatas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut berada pada kategori “Realibel”.

4) Variabel Produk Pembiayaan Multijasa (Y)

Berdasarkan hasil jawaban kuisoner dari variabel produk pembiayaan multijasa maka didapat hasil realibilitas pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Case Processing Summary

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	63	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	63	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Pada bagian *case processing summary* terlihat bahwa responden yang diteliti pada kuesioner berjumlah 63 orang (N=63), dan semua data tidak ada dikeluarkan dari analisis.

Tabel 4.16
Tingkat Realibitas

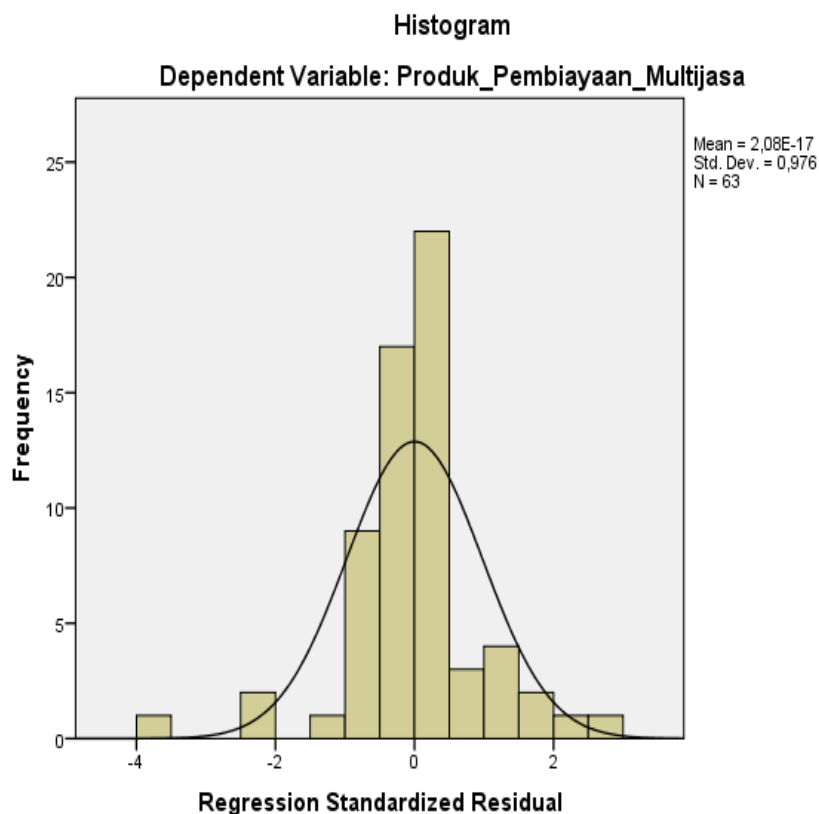
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,825	4

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada output realibity statistics. Didapat nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,825. Karena nilai diatas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut berada pada kategori “Realibel”.

3. Uji Normalitas

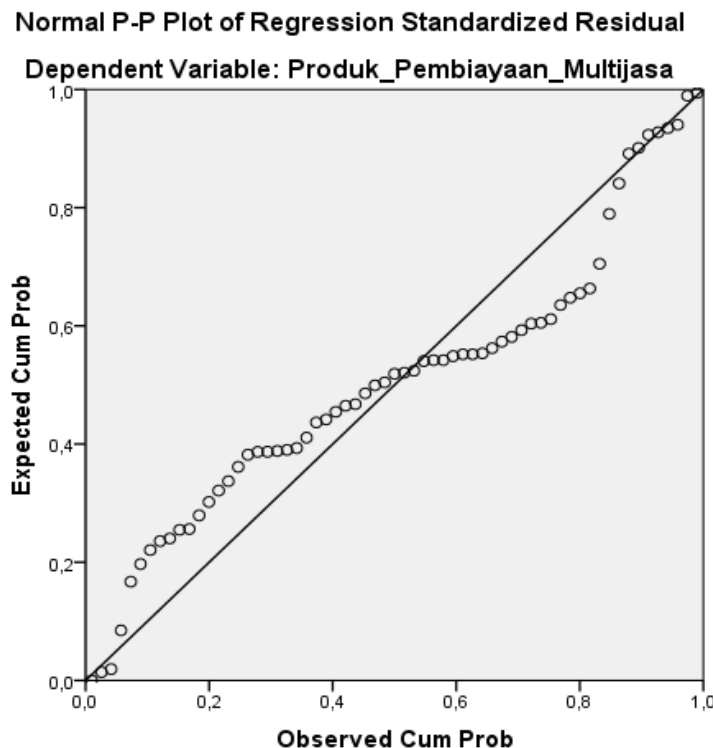
Uji normalitas digunakan dalam statistik untuk menentukan suatu populasi berdistribusi secara normal atau tidak. Data yang dianggap normal jika data dalam kurva dengan kemiringan sisi kiri dan kanan, dan tidak condong ke kiri maupun ke kanan, melainkan ke tengah dengan bentuk seperti lonceng dengan mendekati nol. Berdasarkan hasil pengolahan pada spss atas data yang diperoleh, maka dapat dilihat seperti gambar dibawah ini:



Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Pada gambar diatas data variabel yang digunakan akan dinyatakan berdistribusi normal. Hal tersebut terjadi karena titik residual tersebut berasal dari data dengan distribusi normal dan

mengikuti garis diagonal atau garis linear. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa regresi telah memenuhi normalitas. Pengujian normalitas data juga dapat dilihat melalui gambar *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* dimana jika penyebaran titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal, jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.



Gambar 3:

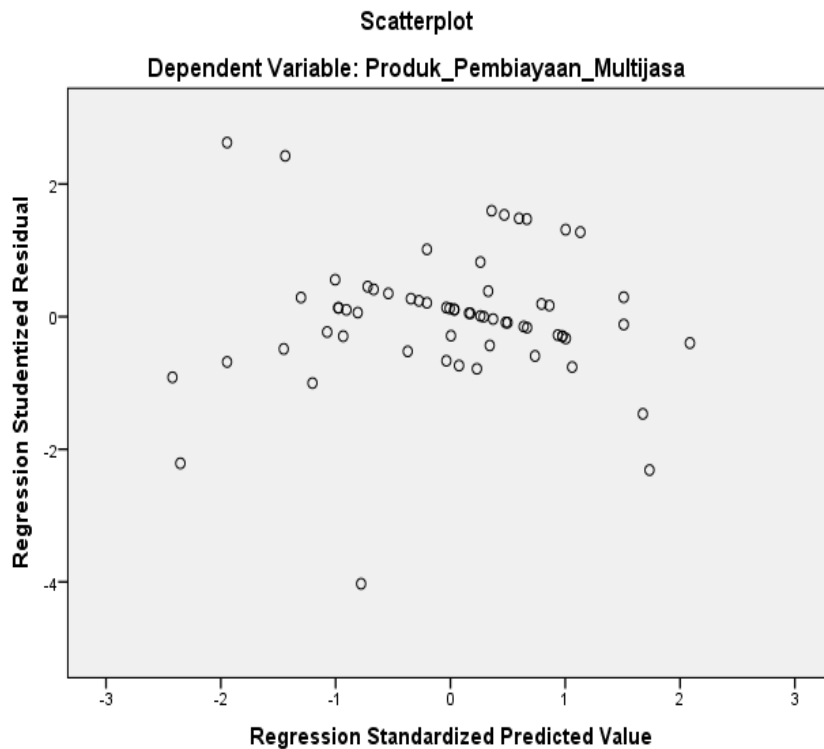
Normal P-P Plot of Regression Standardized

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS232017*

Tampak pada gambar normal P-P Plot bahwa data menebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Maka regresi memenuhi asumsi normalitas.

4. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bisa dilakukan bila data homoskedastisitas yaitu kondisi dimana varians dari data adalah sama pada seluruh pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan lain tetap , maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heterokedastisitas. Berikut ini adalah hasil pengamatan uji heterokedastisitas :



Gambar 4:

Scatterplot

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Data penelitian yang baik adalah data yang tidak ada masalah heterokedastisitas (harus homoskedastisitas). Salah satu cara untuk mendeteksi heterokedastisitas adalah dengan cara melihat *Scatter plot*. Jika titik-titiknya menyebar di daerah + dan – serta tidak membentuk pola maka dapat dikatakan data tersebut tidak ada masalah heterokedastisitas. Jika titik-titiknya menyebar di daerah + dan – serta membentuk pola, maka dapat dikatakan data tersebut ada masalah heterokedesitas. Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk mengetahui variabel mana saja yang yang mempengaruhi produk pembiayaan multijasa.

5.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antara variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama di ukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk

menentukan kontribusi secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil penelitian uji multikolinieritas :

Tabel 4.17
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Produk (X1)	,957	1,045
Promosi (X1)	,684	1,461
Pelayanan(X3)	,682	1,467

a. Dependent Variable: Produk_Pembiayaan_Multijasa

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Terlihat pada tabel diatas, nilai tiap variabel bebas memiliki VIF kurang dari 10 (sepuluh), maka kesimpulannya adalah variabel bebas dalam pebelitian ini terbebas dari gejala multikolinieritas. Untukmelihat gejala multikolinieritas juga bisa menggunakan nilai tolerance, dimana apabila nilai tolerance $>0,1$ maka dikatakan terbebas dari gejala multikolinieritas. Terlihat semua variabel bebas pada tabel diatas memiliki nilai tolerance yang lebih besaar dari 0,1, maka kesimpulannya model ini terbebas dari gejala multikolinieritas.

6. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Regresi berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	11,289	4,085
	Produk (X1)	,458	,162
	Promosi (X2)	,274	,158
	Pelayanan (X3)	,237	,187

a. Dependent Variable: Produk_Pembiayaan_Multijasa

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Dari nilai-nilai koefisien diatas, dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Maka:

$$Y = 11,289 + 0,458X_1 + 0,274X_2 + 0,237X_3 + 4,085$$

Dimana:

11,289 : Adalah bilangan konstanta yang berarti apabila variabel bebas yaitu Produk, Promosi, dan Pelayanan sama dengan nol, maka besarnya variabel terikat yaitu menggunakan produk pembiayaan multijasa adalah sebesar 11,289 Dengan kata lain jika variabel bebas lainnya nilainya dianggap nol berarti besarnya variabel terikat yaitu keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa adalah 11,289.

0,458 X_1 : Adalah besarnya koefisien regresi variabel bebas produk yang berarti setiap peningkatan variabel produk sebesar 1% maka keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa akan meningkat sebesar 0,458 atau 45% dengan asumsi variabel bebas lainnya (produk) konstan.

0,274 X_2 : Adalah besarnya koefisien regresi variabel bebas promosi yang berarti setiap peningkatan variabel promosi sebesar 1% maka keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa meningkat sebesar 0,274 atau 27% dengan asumsi variabel bebas lainnya (promosi) konstan.

0,237 X_3 : Adalah besarnya koefisien regresi variabel bebas pelayanan yang berarti setiap peningkatan variabel pelayanan sebesar 1% maka keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa meningkat sebesar 0,237 atau 23% dengan asumsi variabel bebas lainnya (pelayanan) konstan.

Hasil regresi berganda diatas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni produk, promosi, dan pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni keputusan atau minat nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa. Dimana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti kenaikan variabel terikat. Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa setiap variabel memiliki persentase yang cukup seimbang dan signifikan, namun pengaruh minat dan keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa yang paling besar pengaruhnya adalah variabel Produk. Yang mana variabel Produk sebesar 0,458 (45%) untuk variabel Promosi sebesar 0,274 (27%) dan variabel Pelayanan sebesar 0,237 (23%). Dari hasil regresi berganda ini dapat kita lihat pengaruh yang pertama yaitu variabel produk lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu variabel promosi, dan pelayanan, sedangkan pengaruh yang paling terendah adalah variabel pelayanan dengan pesentase 23%.

7. Pengujian Hipotesa

a. Uji T

Untuk menguji hipotesis digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t statistik dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.19

Uji T

Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,289	4,085		2,763	,000
Produk	,458	,162	,345	2,822	,005
Promosi	,074	,158	,067	2,465	,043
Pelayanan	,104	,187	,081	2,557	,080

a. Dependent Variable: Produk_Pembiayaan_Multijasa

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Dari tabel diatas dapat dilihat:

1) Pengaruh variabel Produk (X1) terhadap produk pembiayaan multijasa.

Dari tabel diatas menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,822 dengan signifikansi sebesar 5%.

Nilai t_{tabel} untuk jumlah data sebesar 63 (n) dan variabel bebas (k) sebanyak 3 dengan taraf

signifikan 5% maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,670. Kemudian kita membandingkan, jika $t_{\text{hitung}} >$ dari pada t_{tabel} maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Karena t_{hitung} untuk variabel X1 (2,822) lebih besar dari t_{tabel} (1,670) maka keputusannya H_a diterima, artinya bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa.

2) Pengaruh variabel Promosi (X2) terhadap produk pembiayaan multijasa.

Dari tabel diatas menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,465 dengan signifikansi sebesar 5%. Nilai t_{tabel} untuk jumlah data sebesar 63 (n) dan variabel bebas (k) sebanyak 3 dengan taraf signifikan 5% maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,670. Kemudian kita membandingkan, jika $t_{\text{hitung}} >$ dari pada t_{tabel} maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Karena t_{hitung} untuk variabel X1 (2,465) lebih besar dari t_{tabel} (1,670) maka keputusannya H_a diterima, artinya bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa.

3) Pengaruh variabel Pelayanan (X3) terhadap produk pembiayaan multijasa.

Dari tabel diatas menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,557 dengan signifikansi sebesar 5%. Nilai t_{tabel} untuk jumlah data sebesar 63 (n) dan variabel bebas (k) sebanyak dengan taraf signifikan 5% maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,670. Kemudian kita membandingkan, jika $t_{\text{hitung}} >$ dari pada t_{tabel} maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Karena t_{hitung} untuk variabel X1 (2,557) lebih besar dari t_{tabel} (1,670) maka keputusannya H_a diterima, artinya bahwa variabel Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau keseluruhan. Adapun hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.20

Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	68,711	3	22,904	3,608	,000 ^b
Residual	374,559	59	6,348		
Total	443,270	62			

a. Dependent Variable: Produk_Pembiayaan_Multijasa

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk, Promosi

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F_{hitung} adalah sebesar 3,608. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Sig <0,05) maka kesimpulannya adalah signifikan, selain itu kita bisa membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan menentukan signifikan model. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ Maka kesimpulannya signifikan. Terlihat pada tabel annova diatas diperoleh nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05, maka keputusannya adalah signifikan. Artinya H_a diterima yang menunjukkan secara bersama-sama (simultan) seluruh variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Untuk nilai F_{hitung} dalam persamaan ini sebesar 3,608 adapun untuk nilai F_{tabel} untuk jumlah data sebanyak 63, dengan jumlah variabel bebas sebanyak 3 dan variabel terikat sebanyak 1 dan dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,52, maka kita lihat F_{hitung} (3,608) lebih besar daripada F_{tabel} (2,52) sehingga keputusannya H_a diterima, yang artinya seluruh variabel bebas yang terdiri dari variabel produk, promosi dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, yaitu mempengaruhi minat nasabah terhadap produk pembiayaan multijasa.

c. Uji R^2 Koefisien Determinasi (R^2 Square)

Analisis regresi adalah salah satu jenis analisis parametrik yang dapat memberikan dasar untuk memprediksi dan menganalisis varian sedangkan tujuan analisis regresi secara umum adalah menentukan garis regresi berdasarkan nilai konstanta dan koefisien regresi yang dihasilkan. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (bebas) menjelaskan variabel dependen (terikat), menguji signifikannya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, atau untuk mengetahui besar presentase variabel – variabel terikat yang dijelaskan pada variabel bebas, maka dicarilah nilai R^2 (R square).

Tabel 4.21

Uji R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,394 ^a	,155	,112	2,520

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk, Promosi

b. Dependent Variable: Produk_Pembiayaan_Multijasa

Sumber: *hasil olahan data pada SPSS23 2017*

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai R adalah 0,394 dan koefisien determinasi sebesar R^2 (R square) sebesar 0,155 atau 15,5% yang menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari, produk (X_1), promosi (X_2), dan pelayanan (X_3) mampu menjelaskan variabel terikat, yaitu produk pembiayaan multijasa (Y) sebesar 15,5% dan sisanya sebesar 84,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

C. Analisis Hasil Penelitian

Dari hasil analisis regresi berganda ini, bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yakni produk, promosi, dan pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni keputusan atau minat nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa. Dimana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti kenaikan variabel terikat. Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa setiap variabel memiliki persentase yang cukup seimbang dan signifikan, namun pengaruh minat dan keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa yang paling besar pengaruhnya adalah variabel Produk. Yang mana variabel Produk sebesar 0,458 (45%) untuk variabel Promosi sebesar 0,274 (27%) dan variabel Pelayanan sebesar 0,237 (23%). Dari hasil regresi berganda ini dapat kita lihat pengaruh yang pertama yaitu variabel produk lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu variabel promosi, dan pelayanan, sedangkan pengaruh yang paling terendah adalah variabel pelayanan dengan persentase 23%.

Dari hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa tingkat variabel produk, promosi, dan pelayanan yang dipilih berpengaruh signifikan baik secara parsial (sendiri) maupun simultan (bersama-sama) terhadap preferensi atau minat nasabah terhadap produk pembiayaan multijasa, sesuai dengan hasil uji F dari ke 3 variabel independent yaitu variabel produk, promosi, dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi atau minat nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa. Dengan demikian bahwasanya faktor produk, promosi, dan pelayanan menjadi suatu pertimbangan oleh nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan multijasa, dimana jika produk yang ditentukan sangat bagus, menarik sesuai dengan tujuan dan kebutuhan, maka calon nasabah akan memutuskan

untuk berminat menggunakan produk pembiayaan multijasa, namun jika faktor produk tersebut yang ditentukan tidak begitu bagus, menarik, tidak sesuai dengan tujuan dan kebutuhan maka calon nasabah akan lebih banyak mempertimbangkan keputusannya untuk tidak berminat menggunakan produk tersebut sehingga tentu saja hal tersebut akan merugikan pihak perbankannya sendiri, karena minat nasabah semakin berkurang untuk menggunakan produk pembiayaan multijasa tersebut, dan keuntungan perusahaan perbankan akan berkurang. Demikian pula dengan faktor promosi dan pelayanan jika tersedianya media informasi yang jelas, mudah dijangkau dan dapat diketahui oleh calon nasabah, serta faktor pelayanan yang mana nasabah merasakan keramahan pelayanan, aman dan efektif dalam bertransaksi, senang dengan pelayanan yang efisien dan kecepatan layanan, maka calon nasabah memutuskan untuk berminat menggunakan produk pembiayaan multijasa. Walaupun produk merupakan faktor yang paling dominan sesuai hasil analisis regresi berganda yang menjadi pertimbangan para nasabah atau tidaknya yaitu sekitar 45% namun, faktor promosi juga menjadi pertimbangan berikutnya yaitu sekitar 27%, dan faktor pelayanan sebesar 23% dari besaran persentase tersebut bisa dikatakan faktor produk lebih besar pengaruhnya secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa, sedangkan promosi dan pelayanan berimbang.

Dari hasil uji juga menunjukkan pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dari analisis yang telah dilakukan maka didapat hasil sebagai berikut :

1) Pengaruh variabel Produk (X1) terhadap produk pembiayaan multijasa.

Dari tabel diatas menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,822 dengan signifikansi sebesar 5%. Nilai t_{tabel} untuk jumlah data sebesar 63 (n) dan variabel bebas (k) sebanyak 4 dengan taraf signifikan 5% maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,670. Kemudian kita membandingkan, jika $t_{hitung} >$ dari pada t_{tabel} maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Karena t_{hitung} untuk variabel X1 (2,822) lebih besar dari t_{tabel} (1,670) maka keputusannya H_a diterima, artinya bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa.

2) Pengaruh variabel Promosi (X2) terhadap produk pembiayaan multijasa.

Dari tabel diatas menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,465 dengan signifikansi sebesar 5%. Nilai t_{tabel} untuk jumlah data sebesar 63 (n) dan variabel bebas (k) sebanyak 4 dengan taraf signifikan 5% maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,670. Kemudian kita membandingkan, jika $t_{hitung} >$ dari pada t_{tabel} maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Karena t_{hitung} untuk variabel X1 (2,465) lebih besar dari t_{tabel} (1,670) maka keputusannya H_a diterima, artinya

bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa.

4) Pengaruh variabel Pelayanan (X3) terhadap produk pembiayaan multijasa.

Dari tabel diatas menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,557 dengan signifikansi sebesar 5%. Nilai t_{tabel} untuk jumlah data sebesar 63 (n) dan variabel bebas (k) sebanyak 4 dengan taraf signifikan 5% maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,670. Kemudian kita membandingkan, jika $t_{hitung} >$ dari pada t_{tabel} maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Karena t_{hitung} untuk variabel X1 (2,557) lebih besar dari t_{tabel} (1,670) maka keputusannya H_a diterima, artinya bahwa variabel Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa.

Dari hasil uji f juga seluruh variabel bebas yang terdiri dari variabel produk, promosi dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, yaitu mempengaruhi minat nasabah terhadap produk pembiayaan multijasa.

Dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,394 dan besarnya presentase pengaruh variabel bebas atau harga dengan variabel terikat atau produk pembiayaan multijasa yang disebut koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,155 atau 15,5%. Artinya pengaruh faktor produk, promosi dan pelayanan terhadap preferensi nasabah menggunakan produk pembiayaan multijasa sebesar 15,5% sedangkan sisanya 84,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya.