

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung yang berjumlah 100 mahasiswa. Adapun karakteristik responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data jenis kelamin responden mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki – Laki	15	15%
2	Perempuan	85	85%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa nasabah bank syariah didominasi oleh perempuan sebanyak 85%.

2. Usia Responden

Di bawah ini adalah data responden berdasarkan usia yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 17 Tahun	0	0%
2	17 – 20 Tahun	14	14%
3	21 – 23 Tahun	86	86%
4	> 23 Tahun	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa usia responden yang paling dominan yaitu usia 21-23 tahun sebanyak 86%.

B. Analisis Deskriptif Variabel

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri atas 45 pernyataan yang terbagi menjadi:

1. Sembilan (9) pernyataan digunakan untuk variabel pengetahuan konsumen (X1)
2. Tujuh (7) pernyataan digunakan untuk variabel promosi (X2)
3. Enam (6) pernyataan digunakan untuk variabel fasilitas (X3)
4. Enam (6) pernyataan digunakan untuk variabel *Disposable Income* (X4)
5. Enam (6) pernyataan digunakan untuk variabel pelayanan perbankan (X5)
6. Sebelas (11) pernyataan digunakan untuk variabel minat menabung (Y)

Di bawah ini paparan hasil dari jawaban responden yang telah diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Jawaban Responden Variabel

VARIABEL	FREKUENSI					RATA-RATA SKOR
	1	2	3	4	5	
X1.1	0	3	5	68	24	4.13
X1.2	0	3	13	57	27	4.08
X1.3	0	0	0	32	68	4.68
X1.4	0	1	0	54	50	4.68
X1.5	0	0	1	54	45	4.44
X1.6	0	2	11	66	21	4.06
X1.7	0	0	6	58	36	4.3
X1.8	0	1	7	61	31	4.22
X1.9	0	1	1	40	58	4.55
X2.1	2	2	26	49	21	3.85
X2.2	2	2	18	61	17	3.89
X2.3	3	3	32	42	20	3.73
X2.4	0	0	1	45	54	4.53
X2.5	2	3	19	62	14	3.83
X2.6	0	4	20	64	12	3.84
X2.7	1	8	6	56	29	4.04
X3.1	0	0	3	77	20	4.17
X3.2	0	2	31	56	11	3.76
X3.3	0	1	10	70	19	4.07
X3.4	1	2	10	55	32	4.15
X3.5	1	0	3	69	27	4.21
X3.6	1	3	18	65	13	3.86
X4.1	0	4	24	55	17	3.85
X4.2	1	1	18	54	26	4.03
X4.3	0	1	31	45	23	3.9
X4.4	0	11	21	47	21	3.78
X4.5	1	1	12	59	27	4.1
X4.6	0	1	13	68	18	4.03
X5.1	0	0	5	59	36	4.31
X5.2	1	1	17	56	25	4.03
X5.3	0	0	7	64	29	4.22
X5.4	0	0	4	75	21	4.17
X5.5	0	1	9	68	22	4.11

Tabel 4.3 (Lanjutan)

VARIABEL	FREKUENSI					RATA-RATA SKOR
	1	2	3	4	5	
X5.6	0	1	9	63	27	4.16
Y.1	0	0	10	60	30	4.2
Y.2	0	0	7	60	33	4.26
Y.3	0	2	7	60	31	4.2
Y.4	0	0	11	51	38	4.27
Y.5	0	3	23	50	24	3.95
Y.6	0	1	11	63	25	4.12
Y.7	0	0	15	63	22	4.07
Y.8	0	0	18	61	21	4.03
Y.9	0	30	31	31	8	3.17
Y.10	0	1	24	57	18	3.92
Y.11	6	40	26	23	5	2.81
Jumlah Per Kategori	22	140	594	2553	1196	
TOTAL	4505					182.76

Sumber: Data Primer yang diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 0.5% responden memilih kategori 1 (sangat tidak setuju), 3% memilih kategori 2 (tidak setuju), 13% memilih kategori 3 (ragu-ragu), 57% memilih kategori 4 (setuju), dan 26.5% memilih kategori 5 (sangat setuju).

C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui nilai r_{tabel} dengan derajat kebebasan $(df) = n - 2 = 100 - 2 = 98$ dan tingkat signifikansi yang digunakan 0.05 atau 5% adalah 0,1966, sehingga dapat diketahui bahwa seluruh item dalam penelitian ini dikatakan valid.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation (rhitung)	r tabel	Keterangan
Pengetahuan Konsumen (X1)	PK.1a	0,351	0,1966	Valid
	PK.1b	0,439	0,1966	Valid
	PK.2a	0,521	0,1966	Valid
	PK.2b	0,673	0,1966	Valid
	PK.2c	0,582	0,1966	Valid
	PK.3a	0,574	0,1966	Valid
	PK.3b	0,530	0,1966	Valid
	PK.4a	0,466	0,1966	Valid
Promosi (X2)	Pr.1a	0,709	0,1966	Valid
	Pr.1b	0,684	0,1966	Valid
	Pr.2a	0,731	0,1966	Valid
	Pr.2b	0,256	0,1966	Valid
	Pr.3a	0,771	0,1966	Valid
	Pr.3b	0,217	0,1966	Valid
	Pr.3c	0,338	0,1966	Valid
Fasilitas (X3)	Fa.1a	0,456	0,1966	Valid
	Fa.1b	0,562	0,1966	Valid
	F1.2a	0,733	0,1966	Valid
	Fa.2b	0,631	0,1966	Valid
	Fa.3a	0,651	0,1966	Valid
	Fa.3b	0,643	0,1966	Valid
<i>Disposable Income</i> (X4)	DI.1a	0,771	0,1966	Valid
	DI.1b	0,737	0,1966	Valid
	DI.2a	0,745	0,1966	Valid
	DI.2b	0,474	0,1966	Valid
	DI.3a	0,728	0,1966	Valid
	DI.3b	0,655	0,1966	Valid
Pelayanan Perbankan (X5)	PP.1a	0,688	0,1966	Valid
	PP.1b	0,837	0,1966	Valid
	PP.2a	0,898	0,1966	Valid
	PP.2b	0,753	0,1966	Valid
	PP.3a	0,820	0,1966	Valid
	PP.3b	0,842	0,1966	Valid

Tabel 4.4 (Lanjutan)

Variabel	Item	<i>Pearson Correlation</i> (rhitung)	r tabel	Keterangan
Minat Menabung (Y)	MM.1b	0,688	0,1966	Valid
	MM.2a	0,599	0,1966	Valid
	MM.2b	0,660	0,1966	Valid
	MM.2c	0,755	0,1966	Valid
	MM.3a	0,721	0,1966	Valid
	MM.3b	0,751	0,1966	Valid
	MM.4a	0,795	0,1966	Valid
	MM.4b	0,420	0,1966	Valid
	MM.5a	0,746	0,1966	Valid
	MM.5b	0,208	0,1966	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel dalam kategori reliabel.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Pengetahuan Konsumen (X1)	0,650	Reliabel
Promosi (X2)	0,606	Reliabel
Fasilitas (X3)	0,664	Reliabel
<i>Disposable Income</i> (X4)	0,759	Reliabel
Pelayanan Perbankan (X5)	0,889	Reliabel
Minat Nabung (Y)	0,823	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Pengolahan uji ini menggunakan aplikasi SPSS versi 24 dengan metode *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai signifikan hasil perhitungan lebih besar dari $\alpha = 0,05$ (Sig. $\geq 0,05$), maka distribusinya dinyatakan normal, sedangkan jika lebih $\alpha = 0,05$, maka distribusi dinyatakan tidak normal. Hasil perhitungan uji normalitas residual disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Residual

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.30349314
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: *Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 sehingga dapat diartikan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pengolahan uji ini menggunakan aplikasi SPSS versi 24 dengan uji regresi. Jika nilai VIF ≤ 10.00 atau nilai TV ≥ 0.1 , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas terhadap data yang di uji. Berikut ini adalah hasil perhitungan uji multikolinieritas yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.447	5.661		1.492	.139		
	Pengetahuan Konsumen	.194	.159	.111	1.222	.225	.617	1.620
	Promosi	.081	.119	.051	.678	.499	.919	1.089
	Fasilitas	-.428	.187	-.208	-2.290	.024	.618	1.617
	Disposable Income	.390	.140	.249	2.788	.006	.643	1.556
	Pelayanan Perbankan	1.035	.145	.623	7.150	.000	.674	1.484

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa tidak terjadi kasus multikolinieritas pada semua variabel. Hal ini ditunjukkan pada nilai VIF yang keseluruhannya di bawah 10.

c. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi menggunakan aplikasi SPSS versi 24 dengan Uji Durbin-Watson (DW test). Jika $dU < DW < 4 - dU$ maka tidak terjadi autokorelasi. Berikut ini adalah hasil perhitungan uji autokorelasi yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.720 ^a	.519	.493	3.390	2.015
a. Predictors: (Constant), Pelayanan Perbankan , Promosi , Disposable Income , Fasilitas , Pengetahuan Konsumen					
b. Dependent Variable: Minat Menabung					

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,015 dan untuk mendapatkan nilai dU harus melihat tabel DW dengan menggunakan $(k : n) ; (5 : 100)$ maka nilai dU adalah 1,7804. Sehingga $(dU < DW < 4 - dU) ; (1,7804 < 2,015 < 2,2196)$ maka kesimpulannya data yang digunakan tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengolahan uji heteroskedastisitas menggunakan aplikasi SPSS versi 24 dengan Uji *Glejser*. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini

adalah hasil perhitungan uji heteroskedastisitas yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.801	3.520		.228	.820
	Pengetahuan Konsumen	-.061	.099	-.078	-.619	.538
	Promosi	-.043	.074	-.060	-.575	.567
	Fasilitas	.116	.116	.127	1.002	.319
	Disposabke Income	-.071	.087	-.101	-.817	.416
	Pelayanan Perbankan	.165	.090	.223	1.838	.069

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pada Tabel 4.9 di atas diketahui bahwa nilai Sig. variabel pengetahuan konsumen (X1) sebesar 0,538, promosi (X2) sebesar 0,567, fasilitas (X3) sebesar 0,319, *disposable income* (X4) sebesar 0,416, dan pelayanan perbankan (X5) sebesar 0,069. Dari kelima variabel independen tersebut memiliki nilai Sig. > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak digunakan untuk menguji minat menabung nasabah berdasarkan kelima variabel tersebut.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh atau kekuatan hubungan antara variabel pengetahuan konsumen (X1), promosi (X2), fasilitas (X3), *disposable income* (X4), dan pelayanan perbankan (X5) terhadap minat menabung nasabah (Y).

sehingga dapat diketahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.447	5.661		1.492	.139
	Pengetahuan Konsumen	.194	.159	.111	1.222	.225
	Promosi	.081	.119	.051	.678	.499
	Fasilitas	-.428	.187	-.208	-2.290	.024
	Disposable Income	.390	.140	.249	2.788	.006
	Pelayanan Perbankan	1.035	.145	.623	7.150	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.10 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$\hat{Y} = 8,447 + 0,194 X_1 + 0,081 X_2 - 0,428 X_3 + 0,390 X_4 + 1,035 X_5$$

Keterangan:

a. Konstanta (α)

Nilai konstanta sebesar 8,447 menyatakan bahwa jika variabel pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, *disposable income*, dan pelayanan perbankan dalam keadaan tetap atau konstan maka minat menabung di bank syariah sebesar 8,447.

b. Koefisien Regresi Pengetahuan Konsumen (X_1)

Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan konsumen sebesar 0,194 dan mempunyai nilai yang positif. Hal ini berarti jika pada

variabel pengetahuan konsumen naik 1 satuan maka variabel minat menabung nasabah di bank syariah naik sebesar 0,194.

c. Koefisien Regresi Promosi (X2)

Nilai koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,081 dan mempunyai nilai yang positif. Hal ini berarti jika variabel promosi naik 1 satuan maka variabel minat menabung nasabah di bank syariah naik sebesar 0,081.

d. Koefisien Regresi Fasilitas (X3)

Nilai koefisien regresi variabel fasilitas sebesar 0,428 dan mempunyai nilai yang negatif. Hal ini berarti jika pada variabel promosi naik 1 satuan maka variabel minat menabung nasabah di bank syariah turun sebesar 0,428.

e. Koefisien Regresi *Disposable Income* (X4)

Nilai koefisien regresi variabel *disposable income* sebesar 0,390 dan mempunyai nilai yang positif. Hal ini berarti jika variabel *disposable income* naik 1 satuan maka variabel minat menabung nasabah di bank syariah naik sebesar 0,390.

f. Koefisien Regresi Pelayanan Perbankan (X5)

Nilai koefisien regresi variabel pelayanan perbankan sebesar 1,035 dan mempunyai nilai yang positif. Hal ini berarti jika variabel pelayanan perbankan naik 1 satuan maka variabel minat menabung nasabah di bank syariah naik sebesar 1,035.

5. Uji Parsial (Uji t)

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pada t tabel dengan tingkat signifikansi (α) = 5% maka $df_{n-k} = df_{100-5} = 95$, maka nilai t tabel sebesar 1,985. Dimana kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- H_0 diterima jika nilai t-hitung < t-tabel atau nilai sig > 0,05, yang artinya variabel bebas yang diuji secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.
- H_0 ditolak jika nilai t-hitung \geq t-tabel atau nilai sig \leq 0,05, yang artinya variabel bebas yang diuji secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

Berikut hasil *output* pengujian uji t pada aplikasi SPSS versi 24 yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.11 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.447	5.661		1.492	.139
	Pengetahuan Konsumen	.194	.159	.111	1.222	.225
	Promosi	.081	.119	.051	.678	.499
	Fasilitas	-.428	.187	-.208	-2.290	.024
	Disposable Income	.390	.140	.249	2.788	.006
	Pelayanan Perbankan	1.035	.145	.623	7.150	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.11 hasil uji t maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Pengaruh pengetahuan konsumen (X1) terhadap minat menabung (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh pengetahuan konsumen terhadap minat menabung nasabah di bank syariah

H_1 = Ada pengaruh pengetahuan konsumen terhadap minat menabung nasabah di bank syariah

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai t-hitung $<$ t-tabel yaitu $1,222 < 1,985$. Selanjutnya variabel X1 dengan nilai sig $0,225 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya variabel pengetahuan konsumen tidak berpengaruh signifikan.

- b. Pengaruh promosi (X2) terhadap minat menabung (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh promosi terhadap minat menabung nasabah di bank syariah

H_1 = Ada pengaruh promosi terhadap minat menabung nasabah di bank syariah

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai t-hitung $<$ t-tabel yaitu $0,678 < 1,985$. Selanjutnya variabel X2 dengan nilai sig $0,499 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya variabel promosi tidak berpengaruh signifikan.

- c. Pengaruh fasilitas (X3) terhadap minat menabung (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh fasilitas terhadap minat menabung nasabah di bank syariah

H_1 = Ada pengaruh fasilitas terhadap minat menabung nasabah di bank syariah

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai sig $0,024 \leq 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel fasilitas berpengaruh signifikan.

- d. Pengaruh *disposable income* (X4) terhadap minat menabung (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh *disposable income* terhadap minat menabung nasabah di bank syariah

H_1 = Ada pengaruh *disposable income* terhadap minat menabung nasabah di bank syariah

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai t-hitung \geq t-tabel yaitu $2,788 \geq 1,985$. Selanjutnya variabel X4 dengan nilai sig $0,006 \leq 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel *disposable income* berpengaruh signifikan.

- e. Pengaruh Pelayanan Perbankan (X5) terhadap minat menabung (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh pelayanan perbankan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah

H_1 = Ada pengaruh pelayanan perbankan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ yaitu $7,150 \geq 1,985$. Selanjutnya variabel X5 dengan nilai $\text{sig } 0,000 \leq 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel pelayanan berpengaruh signifikan.

6. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan secara simultan variabel bebas (pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, *disposable income*, dan pelayanan perbankan) terhadap variabel terikat (minat menabung). Pada F tabel diketahui df_{1-k-1} dan $df_{2-n-k} = 95$, maka nilai F tabel yaitu 2,47. Dimana kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. H_0 ditolak jika nilai $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$ atau nilai $\text{sig} \leq \alpha$, artinya variabel-variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. H_0 diterima jika nilai $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ atau nilai $\text{sig} > \alpha$, artinya variabel-variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Berikut ini adalah hasil pengujian uji F yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1163.606	5	232.721	20.248	.000 ^b
	Residual	1080.394	94	11.494		
	Total	2244.000	99			
a. Dependent Variable: Minat Menabung						
b. Predictors: (Constant), Pelayanan Perbankan , Promosi , Disposable Income , Fasilitas , Pengetahuan Konsumen						

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.12 di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Hipotesis yang diajukan dalam uji F ialah:

H_0 = Tidak ada pengaruh secara simultan antara pengetahuan konsumen (X_1), promosi (X_2), fasilitas (X_3), *disposable income* (X_4), dan pelayanan perbankan (X_5) terhadap minat menabung nasabah di bank syariah (Y).

H_1 = Ada pengaruh secara simultan antara pengetahuan konsumen (X_1), promosi (X_2), fasilitas (X_3), *disposable income* (X_4), dan pelayanan perbankan (X_5) terhadap minat menabung nasabah di bank syariah (Y).

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai F-hitung \geq F-tabel yaitu $20,248 \geq 2,47$ dengan nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel independen (pengatahuan konsumen, promosi, fasilitas, *disposable*

income, dan pelayanan perbankan) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu minat menabung nasabah di bank syariah.

7. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menghitung keeratan hubungan variabel pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, *disposable income*, dan pelayanan perbankan yang berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. Dimana kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika K_d mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel Independen terhadap variabel dependen lemah.
- 2) Jika K_d mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel Independen terhadap variabel dependen kuat.

Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.720 ^a	.519	.493	3.390	2.015
a. Predictors: (Constant), Pelayanan Perbankan , Promosi , Disposable Income , Fasilitas , Pengetahuan Konsumen					
b. Dependent Variable: Minat Menabung					

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan uji koefisien determinasi pada Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0.519 (51.9%). Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu pengetahuan konsumen,

promosi, fasilitas, *disposable income*, dan pelayanan perbankan berkontribusi bersama-sama sebesar 51.9% terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. Sedangkan sisanya sebesar 48.1% ($100 - 51.9 = 48.1\%$) dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.