

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data Penelitian

1. Profil PT. Bank BTPN Syariah Tbk

Sejak masih menjadi Unit Usaha Syariah PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk (saat ini bernama “PT Bank BTPN Tbk”) di 2010. Bank beroperasi berdasarkan prinsip inklusi keuangan dengan menyediakan produk dan jasa keuangan kepada masyarakat terpencil yang belum terjangkau serta segmen masyarakat pra sejahtera. Pada 14 Juli 2014, BTPN Syariah resmi terdaftar sebagai Bank Umum Syariah ke-12 di Indonesia melalui pemisahan (*spin-off*) Unit Usaha Syariah dari PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk (saat ini bernama “PT Bank BTPN Tbk”) dan proses konversi PT Bank Sahabat Purna Danarta (“BSPD”).⁹²

2. Visi, Misi, Nilai-Nilai PT. Bank BTPN Syariah Tbk

Visi:

“Menjadi Bank Syariah terbaik untuk keuangan inklusif, mengubah hidup berjuta rakyat Indonesia”

Misi

“Bersama, kita ciptakan kesempatan tumbuh dan hidup yang lebih berarti”

⁹² www.btpnsyariah.com, diakses pada 08 April 2021

Nilai-Nilai

“Profesional, integritas, saling menghargai, kerjasama”

3. Produk PT. Bank BTPN Syariah Tbk⁹³

a. Pendanaan

1) Tepat tabungan

Dapat dibuka dengan tanpa setoran minimal, dengan akad *wadiah yad dhamanah*. Nasabah memperoleh kemudahan untuk bertransaksi di seluruh cabang Bank, bebas biaya administrasi bulanan.

2) Tepat tabungan platinum

Tabungan yang dikelola berdasarkan perjanjian bagi hasil (akad *mudharabah mutlaqah*) ini memberikann keleluasaan dalam melakukan penarikan tunai tanpa batas dan bebas biaya administrasi bulanan (syarat dan ketentuan berlaku) untuk imbal hasil optimal.

3) Tepat tabungan rencana

Sarana menabung terencana, agar ringan wujudkan beragam impian, dengan berbagai pilihan setoran bulanan dan jangka waktu (akad *wadiah yad dhamanah*).

4) Rekening tabungan jamaah haji

Produk tabungan bagi nasabah yang berencana untuk melaksanakan ibadah haji ke Tanah Suci. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad

⁹³ www.btpnsyariah.com, diakses pada 08 April 2021

wadiah yad dhamanah, produk yang aman dan terjamin ini mempunyai sistem terkoneksi *online* dengan SISKOHAT Kementerian Agama RI

5) Tepat tabungan syariah

Produk tabungan dengan akad *wadiah yad dhamanah* yang diberikan kepada nasabah Tepat Pembiayaan Syariah maupun non nasabah pembiayaan.

6) Tepat giro

Produk penempatan dana menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*, memberikann fleksibilitas bagi nasabah untuk bertransaksi menggunakan Cek atau Bilyet Giro.

7) Tepat deposito

Deposito berdasarkan perjanjian bagi hasil (akad *mudharabah mutlaqah*) antara BTPN Syariah (*mudharib*) dengan nasabah sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dengan jangka waktu mulai dari 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, dan 24 bulan, dalam mata uang Rupiah.

b. Pembiayaan

1. Tepat pembiayaan syariah – kelompok

Pembiayaan yang ditujukan khusus kepada perempuan pra sejahtera produktif dilakukan berdasarkan perjanjian jual beli (*akad wakalah wal murabahah*).

2. Tepat pembiayaan modal kerja syariah kepada perusahaan pembiayaan.

Pembiayaan modal kerja ini ditujukan kepada perusahaan pembiayaan syariah melalui perjanjian bagi hasil (*akad musyarakah*) untuk meningkatkan aset bank dan potensi *strategic partnership* guna memenuhi kebutuhan pembiayaan nasabah yang saat ini belum dapat dipenuhi BTPN Syariah.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Berikut data-data responden yang digunakan sebagai sampel di dalam penelitian ini yang dikelompokkan menurut karakteristiknya. Adapun responden dalam penelitian ini adalah pelaku usaha mikro di Kecamatan Panggul yang telah/sedang menggunakan produk pembiayaan Tepat Pembiayaan Syariah-Kelompok Bank BTPN Syariah.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	0	0%
2	Perempuan	97	100%
	Total	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 di atas diketahui bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah 0 atau nihil, sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 97 orang dengan persentasi mencapai 100%. Artinya seluruh responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Usia responden

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1	20 – 29 Tahun	11	11,3%
2	30 – 39 Tahun	32	33,0%
3	40 – 49 tahun	35	36,1%
4	50 - 59 Tahun	19	19,6%
Total		97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa responden yang memiliki rentang usia 40-49 tahun sebanyak 35 orang (36,1%), usia 30-39 tahun sebanyak 32 orang (33,0%), rentang usia 50-59 tahun sebanyak 19 orang (19,6%), dan sisanya sebesar 11,3% atau sebanyak 11 orang responden adalah yang memiliki rentang usia 20-29 tahun. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden di dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan rentang usia 40-49 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Tabel 4.3 Jenis Usaha Responden

No.	Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
1	Aneka camilan	1	1%
2	Aneka desert	1	1%
3	Aneka kripik	1	1%
4	Aneka kue	5	5,2%
5	Aneka	1	1%
6	Aneka sosis	1	1%
7	Aneka sosis dan jus buah	1	1%
8	Ayam geprek dan jus	1	1%
9	Ayam potong	1	1%
10	Bakso	1	1%
11	Batagor dan sate tahu	1	1%
12	Buah-buahan	3	3,1%
13	Catering	4	4,1%
14	Dawet	1	1%
15	Dimsum	1	1%
16	Es boba	1	1%
17	Es oyen dan jus buah	1	1%

Lanjutan tabel...

18	Gerabah	1	1%
19	Gorengan	4	4,1%
20	Ikan bakar	1	1%
21	Jamu herbal	1	1%
22	Jamur krispi	1	1%
23	Jus buah dan pop ice	2	2,1%
24	Jus dan sempol	1	1%
25	Kebab dan burger	1	1%
26	Kripik pisang	2	2,1%
27	Kue pukis	1	1%
28	Lele	1	1%
29	Lontong sayur	1	1%
30	Loundry	2	2,1%
31	Makaroni telur	1	1%
32	Martabak telur	1	1%
33	Mie ayam	2	2,1%
34	Mie ayam dan nasi goreng	1	1%
35	Mrancang	11	11,3%
36	Nasi goreng	2	2,1%
37	Nasi pecel madiun	1	1%
38	Nasi tiwul	1	1%
39	Pentol dan somay	1	1%
40	Pentol saos	1	1%
41	Penyetan	1	1%
42	Produksi brondong jagung	1	1%
43	Produksi kerupuk	1	1%
44	Produksi tahu	1	1%
45	Produksi tempe	2	2,1%
46	Rempeyak	1	1%
47	Roti bakar	1	1%
48	Rujak sayur	1	1%
49	Sate	1	1
50	Sayur keliling	1	1%
51	Seblak dan mie	1	1%
52	Sempol dan pentol	3	3,1%
53	Tempe kripik	1	1%
54	Terang bulan dan martabak	1	1%
55	Toko kelontong	11	11,3%
56	Warung kopi	1	1%
Total		97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 di atas diketahui bahwa, karakteristik responden yang memutuskan memilih produk pembiayaan Tepat Pembiayaan Syariah-Kelompok Bank BTPN Syariah menurut jenis usahanya didominasi oleh jenis usaha mrencang dan toko kelontong, di mana jumlah responden dari masing-masing jenis usaha tersebut sama yaitu

sebanyak 11 orang atau sebesar 11,3%. Kemudian jenis usaha catering, dan gorengan, di mana jumlah responden dari masing-masing jenis usaha tersebut sama yaitu sebanyak 4 orang atau sebesar 4,1%. Selanjutnya jenis usaha sempol dan pentol, dan gorengan di mana jumlah responden dari masing-masing jenis usaha tersebut sama yaitu sebanyak 3 orang atau sebesar 3,1%. Terakhir jenis usaha jus buah dan pop ice, kripik pisang, laundry, mie ayam, nasi goreng, dan produksi tempe di mana jumlah responden dari masing-masing jenis usaha tersebut sama yaitu sebanyak 2 orang atau sebesar 2,1%. Dan sisanya, jenis usaha lainnya yang masing-masing sebanyak 1 orang atau 1% dari total jenis usaha yang ada dalam penelitian ini.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan kuesioner yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri atas 29 item pernyataan dari 13 variabel, yaitu: variabel akad dan produk sesuai (X1), variabel promosi (X2), variabel keterbukaan informasi (X3), variabel tidak menerapkan bunga (X4), variabel angsuran yang wajar (X5), variabel lokasi bank dekat dengan rumah (X6), variabel ada fasilitas pick-up service (X7), variabel proses administrasi dan pencairan mudah (X8), variabel kelompok rujukan (X9), variabel keluarga (X10), variabel word of mouth (X11), variabel kebutuhan dan motivasi (X12), dan variabel persepsi terhadap bank (X13), berikut tanggapan dari 97 pelaku usaha di Kecamatan Panggul yang menjadi responden dalam penelitian ini:

1. Variabel Akad Dan Produk Sesuai (X1)

Variabel akad dan produk sesuai (X1) ini diuji melalui 2 item pernyataan. jawaban responden atas kedua item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Variabel Akad Dan Produk Sesuai (X1)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X1.1	0	0%	38	39,2%	42	43,3%	17	17,5%	0	0%	97	100%
X1.2	31	32%	49	50,5%	15	15,5%	2	2,1%	0	0%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X1.1) yaitu Bank BTPN Syariah menggunakan akad yang sesuai dengan prinsip syariah. Dari 97 responden, terdapat 38 (39,2%) responden yang menyatakan setuju, 42 (43,3%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 17 (17,5%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung ragu-ragu terhadap X1.1.

Pada item (X1.2) yaitu pembiayaan yang diberikan bank BTPN Syariah sesuai dengan kebutuhan saya sebagai pelaku usaha mikro. Dari 97 responden, terdapat 31 (32%) responden yang menyatakan sangat setuju, 49 (50,5%) responden yang menyatakan setuju, 15 (15,5%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 2 (2,1%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju X1.2.

2. Variabel Promosi

Dalam variabel promosi (X2) ini diuji melalui 2 item pernyataan. jawaban responden atas kedua item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini:

Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Variabel Promosi (X2)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X2.1	6	6,2%	26	26,8%	55	56,7%	10	10,3%	0	0%	97	100%
X2.2	7	,2%	26	26,8%	54	55,7%	10	10,3%	0	0%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X2.1) yaitu *Community Officer* Bank BTPN Syariah memberitahu adanya produk pembiayaan yang dapat diakses oleh pelaku usaha mikro dengan syarat yang mudah. Dari 97 responden, terdapat 6 (6,2%) responden yang menyatakan sangat setuju, 26 (26,8%) responden yang menyatakan setuju, 55 (56,7%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 10 (10,3%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung ragu-ragu terhadap X2.1.

Pada item (X2.2) yaitu saya menggunakan produk tepat pembiayaan syariah-kelompok karena ditawarkan secara langsung oleh *community officer* Bank BTPN Syariah. Dari 97 responden, terdapat 7 (7,2%) responden yang menyatakan sangat setuju, 26 (26,8%) responden yang menyatakan setuju, 54 (55,7%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 10 (10,3%) responden

menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung ragu-ragu terhadap X2.2.

3. Variabel Keterbukaan Informasi

Dalam variabel keterbukaan informasi (X3) ini diuji melalui 2 item pernyataan. jawaban responden atas kedua item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Variabel Keterbukaan Informasi (X3)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X3.1	16	16,5%	56	57,7%	21	21,6%	4	4,1%	0	0%	97	100%
X3.2	17	17,5%	55	56,7%	21	21,6%	4	4,1%	0	0%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X3.1) yaitu *Community Officer* menyampaikan informasi tentang produk tepat pembiayaan syariah-kelompok dengan detail. Dari 97 responden, terdapat 16 (16,5%) responden yang menyatakan sangat setuju, 56 (57,7%) responden yang menyatakan setuju, 21 (21,6%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 4 (4,1%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X3.1.

Pada item (X3.2) yaitu cara *community officer* Bank BTPN Syariah menjelaskan kepada saya mengenai tata cara pembayaran jelas dan tidak berbelit-belit. Dari 97 responden, terdapat 17 (17,5%) responden yang menyatakan sangat setuju, 55 (56,7%) responden yang menyatakan setuju,

21 (21,6%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 4 (4,1%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X3.2.

4. Variabel Tidak Menerapkan Bunga

Dalam variabel promosi (X4) ini diuji melalui 2 item pernyataan. Jawaban responden atas kedua item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.7 di bawah ini:

Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Variabel Tidak Menerapkan Bunga (X4)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X4.1	5	5,2%	27	27,8%	52	53,6%	12	12,4%	1	1%	97	100%
X4.2	7	7,2%	28	28,9%	52	53,6%	9	9,3%	1	1%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X4.1) yaitu pembiayaan Bank BTPN Syariah tidak ada bunganya, adanya margin keuntungan. Dari 97 responden, terdapat 5 (5,2%) responden yang menyatakan sangat setuju, 27 (27,8%) responden yang menyatakan setuju, 52 (53,6%) responden menyatakan ragu-ragu, 12 (12,4%) responden menyatakan tidak setuju, dan 1 (1,0%) responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung ragu-ragu terhadap X4.1.

Pada item (X4.2) yaitu margin yang ditetapkan bank BTPN Syariah tidak terlalu mahal. Dari 97 responden, terdapat 7 (7,2%) responden yang menyatakan sangat setuju, 28 (28,9%) responden yang menyatakan setuju,

52 (53,6%) responden menyatakan ragu-ragu, 9 (9,3%) responden menyatakan tidak setuju, dan 1 (1,0%) responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung ragu-ragu terhadap X4.2.

5. Variabel Angsuran Yang Wajar

Dalam variabel angsuran yang wajar (X5) ini diuji melalui 2 item pernyataan. jawaban responden atas kedua item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Variabel Angsuran Yang Wajar (X5)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X5.1	21	21,6%	47	48,5%	24	24,7%	5	5,2%	0	0%	97	100%
X5.2	21	21,6%	48	49,5%	24	24,7%	4	4,1%	0	0%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X5.1) yaitu jangka waktu pembiayaan yang diberikan panjang sehingga besaran angsuran tidak memberatkan. Dari 97 responden, terdapat 21 (21,6%) responden yang menyatakan sangat setuju, 47 (48,5%) responden yang menyatakan setuju, 24 (24,7%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 5 (5,2%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X5.1.

Pada item (X5.2) yaitu waktu untuk membayar tiap angsuran 2 minggu 1x tidak memberatkan. Dari 97 responden, terdapat 21 (21,6%) responden yang menyatakan sangat setuju, 48 (49,5%) responden yang

menyatakan setuju, 4 (24,7%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 9 (4,1%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X5.2.

6. Variabel Lokasi Bank Dekat Dengan Rumah

Dalam variabel lokasi bank dekat dengan rumah (X6) ini diuji melalui 3 item pernyataan. Jawaban responden atas ketiga item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.9 di bawah ini:

Tabel 4.9 Hasil Kuesioner Variabel Lokasi Bank Dekat Dengan Rumah(X6)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X6.1	6	6,2%	16	16,5%	50	51,5%	25	25,8%	0	0%	97	100%
X6.2	0	0%	22	22,7%	44	45,4	31	32,0	0	0%	97	100%
X6.3	40	41,2%	31	32,0%	17	17,5%	9	9,3%	0	0%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X6.1) yaitu lokasi kantor Bank BTPN Syariah tidak jauh dari rumah saya. Dari 97 responden, terdapat 5 (6,2%) responden yang menyatakan sangat setuju, 16 (16,5%) responden yang menyatakan setuju, 50 (51,5%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 25 (25,8%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung ragu-ragu terhadap X6.1.

Pada item (X6.2) yaitu lokasi kantor Bank BTPN Syariah dapat ditemukan dengan mudah. Dari 97 responden, terdapat 22 (22,7%) responden yang menyatakan setuju, 45 (45,4%) responden yang

menyatakan ragu--ragu, dan 31 (32%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung ragu-ragu terhadap X6.2

Pada item (X6.3) yaitu lokasi kantor Bank BTPN Syariah terjangkau dengan sarana transportasi. Dari 97 responden, terdapat 40 (41,2%) responden yang menyatakan sangat setuju, 31 (32%) responden yang menyatakan setuju, 7 (17,5%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 9 (9,3%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung sangat setuju terhadap X6.3

7. Variabel Ada Fasilitas Pick-Up Service

Dalam variabel ada fasilitas *pick-up service* (X7) ini diuji melalui 2 item pernyataan. Jawaban responden atas kedua item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4.10 Hasil Kuesioner Variabel Ada Fasilitas Pick-Up Service (X7)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X7.1	1	1%	78	80,4%	17	17,5%	1	1%	0	0%	97	100%
X7.2	32	33%	47	48,5%	17	17,5	1	1%	0	0%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X7.1) yaitu *community officer* Bank BTPN Syariah mengunjungi kelompok/group nasabah yang akan mengajukan pembiayaan di lokasi sentra sehingga calon nasabah tidak harus datang langsung ke Bank. Dari

97 responden, terdapat 1 (1%) responden yang menyatakan sangat setuju, 78 (80,4%) responden yang menyatakan setuju, 17 (17,5%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 1 (1%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X7.1.

Pada item (X7.2) yaitu *community officer* Bank BTPN Syariah menjemput angsuran nasabah sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Dari 97 responden, terdapat 32 (33%) responden yang menyatakan sangat setuju, 47 (48,5%) responden yang menyatakan setuju, 17 (17,5%) responden yang menyatakan ragu-ragu, 1 (1%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X7.2.

8. Variabel Proses Administrasi dan Pencairan Mudah

Dalam variabel proses administrasi dan pencairan mudah (X8) ini diuji melalui 3 item pernyataan. Jawaban responden atas ketiga item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.11 Hasil Kuesioner Variabel Proses Administrasi Dan Pencairan Mudah (X8)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X8.1	68	70,1%	28	28,9%	1	1%	0	0%	0	0%	97	100%
X8.2	77	79,4%	18	18,6%	2	2,1%	0	0%	0	0%	97	100%
X8.3	46	47,4%	50	51,5%	1	1%	0	0%	0	0%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X8.1) yaitu dokumen yang dipersyaratkan untuk mengajukan pembiayaan hanya dokumen identitas yaitu KTP/Paspor dan Kartu Keluarga (KK). Dari 97 responden, terdapat 68 (70,1%) responden yang menyatakan sangat setuju, 28 (28,9%) responden yang menyatakan setuju, dan 1 (1%) responden menyatakan ragu-ragu. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung sangat setuju terhadap X8.1.

Pada item (X8.2) yaitu tidak diperlukan jaminan untuk mendapatkan pembiayaan dari Bank BTPN Syariah. Dari 97 responden, terdapat 77 (79,4%) responden yang menyatakan sangat setuju, 18 (18,6%) responden yang menyatakan setuju, 2 (2,1%) responden menyatakan ragu-ragu. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung sangat setuju terhadap X8.2

Pada item (X8.3) yaitu proses pencairan pembiayaan sangat cepat. Dari 97 responden, terdapat 46 (47,4%) responden yang menyatakan sangat setuju, 50 (51,5%) responden yang menyatakan setuju, dan 1 (1%) responden menyatakan ragu-ragu. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X8.3.

9. Variabel Kelompok Rujukan

Dalam variabel kelompok rujukan (X9) ini diuji melalui 2 item pernyataan. Jawaban responden atas kedua item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.12 di bawah ini:

Tabel 4.12 Hasil Kuesioner Variabel Kelompok Rujukan (X9)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X9.1	13	13,4%	45	46,4%	34	35,1%	5	5,2%	0	0%	97	100%
X9.2	13	13,4%	45	46,4%	34	35,1%	5	5,2%	0	0%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X9.1) yaitu sesama pelaku usaha yang juga menggunakan pembiayaan dari bank BTPN Syariah. Dari 97 responden, terdapat 13 (13,4%) responden yang menyatakan sangat setuju, 45 (46,4%) responden yang menyatakan setuju, 34 (35,1%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 5 (5,2%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X9.1.

Pada item (X9.2) yaitu dibentuknya kelompok/grup nasabah untuk calon anggota pembiayaan bank BTPN Syariah. Dari 97 responden, terdapat 13 (13,4%) responden yang menyatakan sangat setuju, 45 (46,4%) responden yang menyatakan setuju, 34 (35,1%) responden yang menyatakan ragu-ragu, 5 (5,2%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X9.2.

10. Variabel Keluarga

Dalam variabel keluarga (X10) ini diuji melalui 2 item pernyataan. Jawaban responden atas ketiga item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4.13 Hasil Kuesioner Variabel Keluarga (X10)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X10.1	4	4,1%	34	35,1%	49	50,5%	10	10,3%	0	0%	97	100%
X10.2	0	0%	11	11,3%	31	32%	55	56,7%	0	0%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X10.1) yaitu anggota keluarga merekomendasikan pembiayaan dari Bank BTPN Syariah. Dari 97 responden, terdapat 4 (4,1%) responden yang menyatakan sangat setuju, 34 (35,1%) responden yang menyatakan setuju, 49 (50,5%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 10 (10,3%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung ragu-ragu terhadap X10.1.

Pada item (X10.2) yaitu kerabat menginformasikan tentang produk tepat pembiayaan syariah-kelompok Bank BTPN Syariah. Dari 97 responden, terdapat 11 (11,3%) responden yang menyatakan setuju, 32 (32%) responden yang menyatakan ragu--ragu, 55 (56,7%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung tidak setuju terhadap X10.2.

11. Variabel Word of Mouth

Dalam variabel *word of mouth* (X11) ini diuji melalui 2 item pernyataan. Jawaban responden atas ketiga item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.14 di bawah ini:

Tabel 4.14 Hasil Kuesioner Variabel *Word of Mouth* (X11)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X11.1	1	1%	46	47,1%	42	43,3%	8	8,2%	0	0%	97	100%
X11.2	10	10,3%	49	50,5%	34	35,1%	4	4,1%	0	0%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X11.1) yaitu beberapa pelaku usaha menceritakan pengalamannya menggunakan produk pembiayaan dari Bank BTPN Syariah. Dari 97 responden, terdapat 1 (1%) responden yang menyatakan sangat setuju, 46 (47,4%) responden yang menyatakan setuju, 42 (43,3%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 8 (8,2%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X11.1.

Pada item (X11.2) yaitu saya mendengar dari pelaku usaha lain yang menceritakan kemudahan pencairan pembiayaan di Bank BTPN Syariah. Dari 97 responden, terdapat 10 (10,3%) responden yang menyatakan sangat setuju, 49 (50,5%) responden yang menyatakan setuju, 34 (35,1%) responden yang menyatakan ragu--ragu, 4 (4,1%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X11.2.

12. Variabel Kebutuhan dan Motivasi

Dalam variabel kebutuhan dan motivasi (X12) ini diuji melalui 3 item pernyataan. Jawaban responden atas ketiga item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.15 di bawah ini:

Tabel 4.15 Hasil Kuesioner Variabel Kebutuhan dan Motivasi (X12)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X12.1	3	3,1%	67	69,1%	24	24,7%	3	3,1%	0	0%	97	100%
X12.2	76	78,4%	14	14,4%	7	7,2%	0	0%	0	0%	97	100%
X12.3	39	40,2%	35	36,1%	23	23,7%	0	0%	0	0%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X12.1) yaitu saya membutuhkan tambahan modal awal untuk memulai usaha saya). Dari 97 responden, 3 (3,1%) responden yang menyatakan sangat setuju, 67 (69,1%) responden yang menyatakan setuju, 24 (24,7%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 3 (3,1) responden yang menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X12.1.

Pada item (X12.2) yaitu karena adanya kebutuhan yang harus saya penuhi untuk membuat usaha saya tetap berjalan sehingga saya melakukan pembiayaan di Bank BTPN Syariah. Dari 97 responden, terdapat 76 (78,4%) responden yang menyatakan sangat setuju, 14 (14,4%) responden yang menyatakan setuju, dan 7 (7,2%) responden menyatakan ragu-ragu. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung sangat setuju terhadap X12.2

Pada item (X12.3) yaitu proses pencairan pembiayaan sangat cepat. Dari 97 responden, terdapat 39 (40,2%) responden yang menyatakan sangat setuju, 35 (36,1%) responden yang menyatakan setuju, dan 23 (23,7%) responden menyatakan ragu-ragu. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung sangat setuju terhadap X12.3

13. Variabel Persepsi Terhadap Bank

Dalam variabel persepsi (X12) ini diuji melalui 2 item pernyataan. Jawaban responden atas kedua item pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.16 di bawah ini::

Tabel 4.16 Hasil Kuesioner Variabel Persepsi Terhadap Bank (X13)

Item	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Total	%
X13.1	22	22,75	52	53,6%	18	18,6%	5	5,2%	0	0%	97	100%
X13.2	11	11,3%	18	18,6%	37	38,1%	31	32%	0	0%	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.16 di atas dapat diketahui bahwa untuk item (X13.1) saya memilih menggunakan pembiayaan di Bank BTPN Syariah karena prosesnya tidak berbelit-belit. Sehingga saya mem-persepsi-kan bahwa akan mendapatkan modal usaha lebih cepat. Dari 97 responden, 22 (22,7%) responden yang menyatakan sangat setuju, 52 (53,6%) responden yang menyatakan setuju, 18 (18,6%) responden menyatakan ragu-ragu, dan 5 (5,2%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju terhadap X13.1.

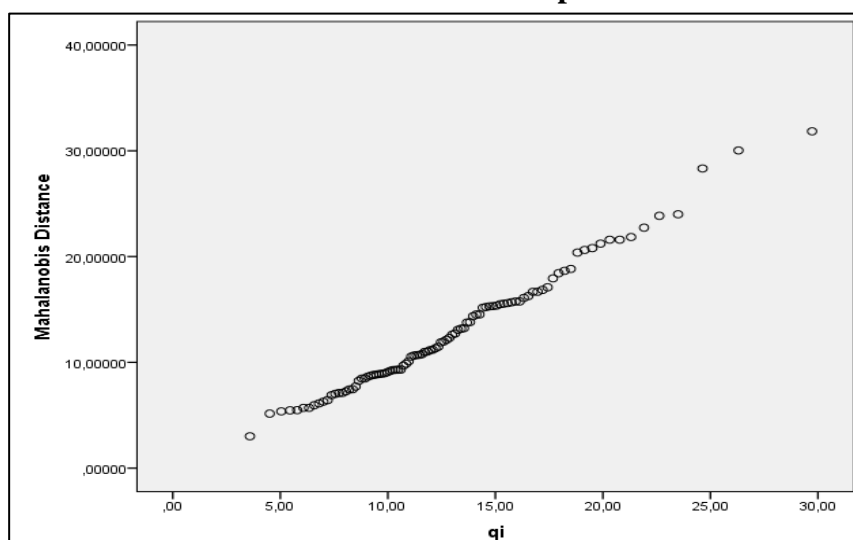
Pada item (X13.2) yaitu dibentuknya *community officer* Bank BTPN Syariah yang ramah dan baik membuat persepsi saya bahwa pelayanan yang akan saya dapatkan juga baik. Dari 97 responden, terdapat 11 (11,3%) responden yang menyatakan sangat setuju, 18 (18,6%) responden yang menyatakan setuju, 37 (38,1%) responden yang menyatakan ragu--ragu, 32 (32%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung ragu-ragu terhadap X13.2.

D. Analisis Data

1. Uji Multivariate Normal

Uji normal multivariat dilakukan dengan membuat *scatterplot* antara *jarak mahalanobis* dengan *Chi-Square*. Jika scatterplot ini cenderung membentuk garis lurus dan lebih dari 50% nilai jarak mahalanobis kurang dari atau sama dengan *Chi-Square*, data berdistribusi normal multivariat. Jika sudah dihitung korelasi antara kedua data tersebut.

Gambar 4.1 Scatterplot



Sumber: hasil output SPSS 21.0, 2022

Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal multivariat. Hal tersebut dapat dilihat dari pola scatter plot yang membentuk garis lurus dan lebih dari 50% dimana nilai mahalanobis sama dengan nilai qi. Selain memperhatikan scatter plot, untuk melihat apakah dapat berdistribusi normal multivariat juga dapat dilihat dari nilai korelasinya.

Tabel 4.17 Correlation

		Mahalanobis Distance	qi
Mahalanobis Distance	Pearson Correlation	1	,995**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	97	97
qi	Pearson Correlation	,995**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: hasil output SPSS 21.0, 2022

Berdasarkan tabel 4.17 dapat diketahui bahwa koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,995 dimana nilai tersebut menunjukkan koefisien korelasi yang sangat tinggi. Dimana besarnya koefisien korelasi berada diantara -1 sampai dengan +1. Apabila koefisien korelasi $> r$ tabel atau nilai sig. $< 0,05$ maka terdapat korelasi yang signifikan. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa data berasal dari sampel yang berdistribusi normal multivariat.

2. Uji Kaiser Meyer Olkin (KMO) dan *Bartlett's Test of Sphericity*

Uji KMO digunakan untuk mengetahui kecukupan sampling secara menyeluruh dan mengukur kecukupan sampling untuk setiap indikator.

Sedangkan uji *Bartlett's Test of Sphericity* digunakan untuk melihat apakah matriks korelasi bukan merupakan matriks identitas dimana tujuannya agar penyusutan dimensi peubah menjadi lebih sederhana dan bermanfaat tanpa banyak kehilangan informasi sebelumnya. Uji KMO dan *Bartlett's Test of Sphericity* memiliki beberapa ketentuan, yaitu, jika nilai KMO MSA lebih besar dari 0,5, maka analisis faktor dapat dilanjutkan dan asumsi terpenuhi jika *Bartlett test of sphericity* memiliki signifikansi <0.05 . Tabel 4.18 menunjukkan kriteria penilaian KMO.

Tabel 4.18 Ukuran KMO

Ukuran KMO	Rekomendasi
$\geq 0,90$	Sangat baik
0,80 – 0,89	Baik
0,70 – 0,79	Biasa
0,60-0,69	Cukup
0,50 – 0,59	Buruk
$\leq 0,50$	Tidak diterima

Sumber: Widarjono, 2010

Tabel 4.19 KMO and Bartlett's Test of Sphericity

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,691
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	166,844
	df
	78
	Sig.
	,000

Sumber: hasil output SPSS 21.0, 2022

Berdasarkan output pada tabel 4.19 di atas, diketahui nilai KMO MSA sebesar $0,691 > 0,5$. Nilai tersebut jatuh pada kategori “cukup” layak untuk kepentingan analisis faktor. Nilai *Bartlett's Test of Sphericity* (sig.) $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa terdapat korelasi antar variabel yang digunakan. Artinya, analisis faktor dalam penelitian ini dapat dilanjutkan karena sudah memenuhi persyaratan pertama.

Selain pengecekan terhadap KMO dan *Bartlett's test*, dilakukan juga pengecekan *anti image matrices* untuk mengetahui variabel-variabel mana saja yang layak untuk dianalisis dan tidak dikeluarkan dalam analisis faktor. MSA merupakan ukuran lain yang digunakan untuk mengukur interkorelasi antar variabel dan kesesuaian dari analisis faktor. Asumsi terpenuhi jika nilai MSA > 0.5 dan jika variabel yang memiliki nilai MSA kurang dari 0.5 maka variabel tersebut harus dikeluarkan dari analisis faktor.

Tabel 4.20 Anti-Image Matrices

No.	Indikator	Anti-Image Correlation
1	Akad dan produk yang sesuai	0,683
2	Promosi	0,742
3	Keterbukaan informasi	0,674
4	Tidak menerapkan bunga	0,719
5	Angsuran yang wajar	0,703
6	Lokasi bank dekat dengan rumah	0,679
7	Ada fasilitas pick-up service	0,729
8	Proses administrasi dan pencairan mudah	0,608
9	Kelompok rujukan	0,604
10	Keluarga	0,694
11	<i>Word of Mouth</i>	0,709
12	Kebutuhan dan Motivasi	0,724
13	Persepsi terhadap bank	0,733

Sumber: hasil output SPSS 21.0, 2022

Dari Output *anti-image matrices* pada tabel 4.20 di atas, diketahui nilai MSA dari masing-masing yang diteliti yaitu: akad dan produk sesuai sebesar 0,638, promosi sebesar 0,742, keterbukaan informasi sebesar 0,674, tidak menerapkan bunga sebesar 0,719, angsuran yang wajar sebesar 0,703, lokasi bank dekat dengan rumah sebesar 0,679, ada fasilitas *pick-up service* sebesar 0,729, proses administrasi dan pencairan mudah sebesar 0,608, kelompok rujukan sebesar 0,604, keluarga sebesar 0,694, *word of mouth*

sebesar 0,709, kebutuhan dan motivasi sebesar 0,724, persepsi terhadap bank sebesar 0,733. Dari hasil di atas, diketahui nilai MSA untuk semua variabel yang diteliti adalah $>0,5$, maka persyaratan kedua dalam analisis faktor pun telah terpenuhi sehingga variabel layak untuk dilakukan analisis selanjutnya.

3. Ekstraksi faktor

Pada tahap ini merupakan proses inti dari analisis faktor yaitu melakukan ekstraksi terhadap semua variabel yang ada sehingga terbentuk satu atau beberapa faktor.

Tabel 4.21 Communalities

	Initial	Extraction
Akad dan produk yang sesuai	1,000	,602
Promosi	1,000	,485
Keterbukaan informasi	1,000	,716
Tidak menerapkan bunga	1,000	,633
Angsuran yang wajar	1,000	,672
Lokasi bank dekat dengan rumah	1,000	,621
Ada fasilitas pick-up service	1,000	,435
Proses administrasi dan pencairan mudah	1,000	,730
Kelompok rujukan	1,000	,583
Keluarga	1,000	,700
<i>Word of Mouth</i>	1,000	,555
Kebutuhan dan Motivasi	1,000	,577
Persepsi terhadap bank	1,000	,493

Extraction Methods: Principal Component Analysis

Sumber: hasil output SPSS 21.0, 2022

Pada tabel matrix *communalities* terdapat kolom *initial communality* yang merupakan varian yang dijelaskan dalam satu butir oleh variabel atau butir lainnya. Sedangkan *extracted communality* adalah varian yang dijelaskan oleh variabel yang ada.

Berdasarkan output *Communalities* pada tabel 4.20 di atas khususnya *extracted communality* dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Item akad dan produk sesuai (X1) bernilai 0,602 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 60,2%.
- b. Item promosi (X2) bernilai 0,485 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 48,5%.
- c. Item keterbukaan informasi (X3) bernilai 0,716 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 71,6%.
- d. Item tidak menerapkan bunga (X4) bernilai 0,633 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 63,3%.
- e. Item angsuran yang wajar (X5) bernilai 0,672 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 67,2%.
- f. Item lokasi bank dekat dengan rumah (X6) bernilai 0,621 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 62,1%.
- g. Item ada fasilitas *pick-up service* (X7) bernilai 0,435 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 43,5%.
- h. Item proses administrasi dan pencairan mudah (X8) bernilai 0,730 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 73,0%.
- i. Item kelompok rujukan (X9) bernilai 0,583 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 58,3%.
- j. Item keluarga (X10) bernilai 0,700 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 70,0%.

- k. Item *word of mouth* (X11) bernilai 0,555 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 55,5%.
- l. Item kebutuhan dan motivasi (X12) bernilai 0,577 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 57,7%.
- m. Item persepsi terhadap bank (X13) bernilai 0,439 artinya bahwa item ini mampu menjelaskan faktor yang terbentuk sebesar 43,9%.

Selanjutnya, pada tabel 4.22 di bawah ini akan menunjukkan hasil ekstraksi yang lebih spesifik dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis*, untuk kemudian digunakan dalam menentukan banyaknya faktor yang dapat terbentuk.

4. Penentuan Banyaknya Faktor

Hasil spesifik ekstraksi menggunakan metode *Principal Component Analysis* terlihat pada tabel 4.22 *total variance explained* sebagai berikut:

Tabel 4.22 Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,917	22,440	22,440	2,917	22,440	22,440	1,771	13,626	13,626
2	1,413	10,868	33,309	1,413	10,868	33,309	1,722	13,248	26,874
3	1,254	9,649	42,957	1,254	9,649	42,957	1,583	12,176	39,050
4	1,111	8,544	51,502	1,111	8,544	51,502	1,439	11,066	50,117
5	1,105	8,503	60,005	1,105	8,503	60,005	1,285	9,888	60,005
6	,918	7,064	67,069						
7	,803	6,175	73,243						
8	,752	5,784	79,027						
9	,669	5,143	84,170						
10	,605	4,652	88,822						
11	,544	4,184	93,006						

12	,482	3,709	96,715					
13	,427	3,285	100,000					

Extraction Methods: Principal Component Analysis.

Sumber: hasil output SPSS 21.0, 2022

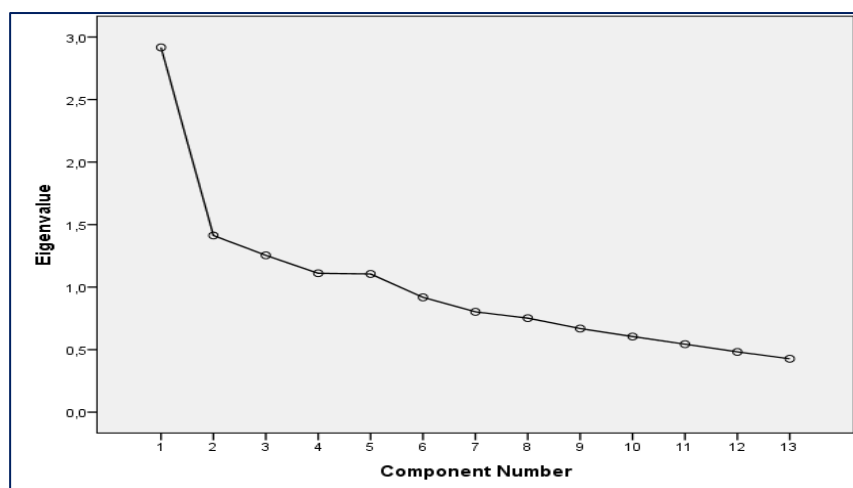
Kaiser memberi rekomendasi bahwa *eigenvalues* dari suatu faktor yang lebih besar dari 1 (>1) untuk dipertahankan dalam proses analisis. *Eigenvalues* merupakan salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menentukan jumlah faktor yang dipertahankan dalam analisis. Sehingga berdasarkan hasil output *Total Variance Explained* pada tabel 4.22 di atas terbentuk 5 faktor yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai *eigenvalues component* 1 sebesar 2,917 atau >1 , maka menjadi faktor 1 dan mampu menjelaskan 22,440% variasi.
- b. Nilai *eigenvalues component* 2 sebesar 1,413 atau >1 , maka menjadi faktor 2 dan mampu menjelaskan 10,868% variasi.
- c. Nilai *eigenvalues component* 3 sebesar 1,254 atau >1 , maka menjadi faktor 3 dan mampu menjelaskan 9,649% variasi.
- d. Nilai *eigenvalues component* 4 sebesar 1,111 atau >1 , maka menjadi faktor 4 dan mampu menjelaskan 8,544% variasi.
- e. Nilai *eigenvalues component* 5 sebesar 1,105 atau >1 , maka menjadi faktor 5 dan mampu menjelaskan 8,503% variasi.

Total varian yang dapat dijelaskan oleh kelima faktor tersebut terhadap variabel yang digunakan adalah 60,005%, sedangkan sisanya yaitu 39,995% ($100\% - 60,005\%$) tidak dapat dijelaskan oleh faktor tersebut.

Selain menggunakan *Total Variance Explained*, peneliti menggunakan grafik *scree plot* untuk menentukan jumlah faktor yang akan dipertahankan. Grafik *scree plot* dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut.

Gambar 4.2 Scree Plot



Sumber: hasil output SPSS 21.0, 2022

Berdasarkan grafik *scree plot* pada gambar 4.2 di atas, terdapat 5 titik yang nilai *Eigenvalue*-nya >1 , maka disimpulkan bahwa jumlah faktor yang terbentuk adalah 5 faktor.

Tabel 4.23 Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
Akad dan Produk Sesuai	,484	,525	,187	,097	-,219
Promosi	,569	-,070	,267	,138	-,256
Keterbukaan Informasi	,584	-,024	,186	,421	,403
Tidak Menerapkan Bunga	,457	-,290	-,367	-,205	,403
Angsuran yang Wajar	,529	,287	-,349	,332	,278
Lokasi Bank Dekat dengan Rumah	,454	-,184	,557	-,232	,127
Ada Fasilitas Pick-Up Service	,399	,410	,261	-,201	-,007
Proses Administrasi dan Pencairan Mudah	-,397	,561	,003	,227	,454
Kelompok Rujukan	,391	,271	-,011	-,597	,020
Keluarga	,554	-,259	,001	,427	-,380
Word of Mouth	,484	-,410	-,022	-,171	,350
Kebutuhan dan Motivasi	-,328	,031	,623	,031	,282

Persepsi Terhadap Bank	,452	,374	-,300	-,195	-,142
------------------------	------	------	-------	-------	-------

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Sumber: hasil output SPSS 21.0, 2022

Component matrix pada tabel 4.23 di atas menunjukkan nilai korelasi atau hubungan antara masing-masing variabel dengan faktor yang akan terbentuk. Nilai korelasi antara variabel original dan faktor disebut *factor loading*. Menurut Hair, et.al. (2010) bahwa *factor loading* dalam kisaran $\pm 0,30$ sampai $\pm 0,40$ dianggap memenuhi tingkat minimal untuk interpretasi struktur. *Loading* $\pm 0,50$ atau lebih besar dianggap praktis signifikan. Panduan tersebut juga disesuaikan dengan ukuran sampel yang digunakan. Berdasarkan panduan yang dikemukakan oleh hair et.al. untuk mengidentifikasi signifikansi *factor loading* berdasarkan ukuran sampel yang digunakan, bahwa penggunaan nilai *factor loading* $\leq 0,50$ digunakan jika ukuran sampel ≥ 120 .⁹⁴ Berdasarkan ukuran sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu sebanyak 97 sampel, maka peneliti menggunakan nilai *factor loading* $\geq 0,50$ untuk mengambil keputusan, sehingga dari tabel 4.23 diatas terlihat bahwa masih terdapat variabel original yang belum masuk ke dalam salah satu faktor karena memiliki nilai *factor loading* $\leq 0,50$. Oleh karena itu faktor belum dapat diinterpretasikan dengan jelas, sehingga perlu dilakukan pendekatan rotasi agar setiap faktor dapat diinterpretasikan dengan jelas

⁹⁴ Joseph F. Hair, dkk., *Multivariate Data Analysis*, t.tp: (Prentice Hall, 2010)

5. Rotasi Faktor

Variabel-variabel yang telah di ekstraksi akan dilakukan proses rotasi karena biasanya penempatan variabel belum tepat atau masih ada variabel yang tidak sesuai dengan faktor. Proses rotasi faktor menggunakan model varimax. Model varimax ini menunjukkan di mana peubah asal hanya akan mempunyai korelasi yang tinggi dan kuat dengan faktor tertentu saja dan tentunya memiliki korelasi yang lemah dengan faktor lainnya. Penggunaan metode ini disebabkan karakteristik dari analisis faktor yang bersifat eksploratori. Pada tahap ini, peneliti menggunakan option *suppress small coefficients* 0,50 untuk mempermudah dalam penginterpretasian data.

Tabel 4.24 Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
Akad dan Produk Sesuai		,598			
Promosi	,619				
Keterbukaan Informasi				,706	
Tidak Menerapkan Bunga			,739		
Angsuran yang Wajar				,699	
Lokasi Bank Dekat dengan Rumah					,501
Ada Fasilitas Pick-Up Service		,630			
Proses Administrasi dan Pencairan Mudah	-,655				
Kelompok Rujukan		,678			
Keluarga	,774				
Word of Mouth			,708		
Kebutuhan dan Motivasi					,717
Persepsi Terhadap Bank		,521			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 8 iterations.

Sumber: hasil output SPSS 21.0, 2022

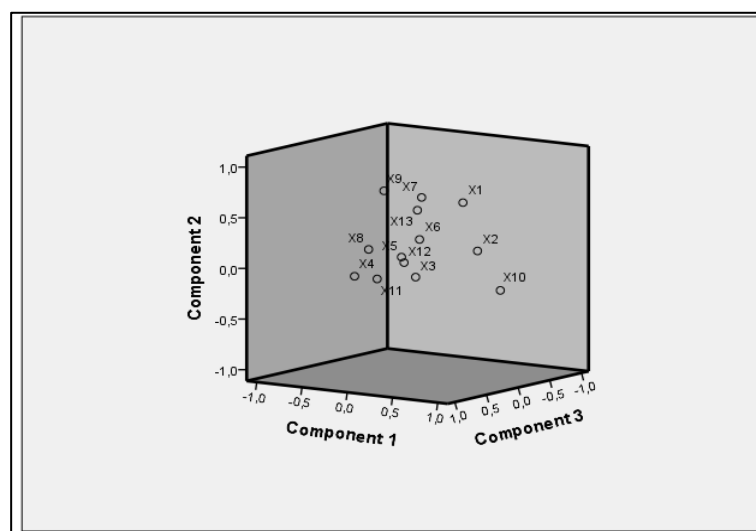
Berdasarkan output *Rotated Component Matrix^a* pada tabel 4.24 di atas diketahui bahwa angka-angka pada tabel component matrix adalah

factor loading yang menunjukkan besar korelasi antara suatu variabel dengan faktor yang ada. Terdapat perbedaan hasil antara nilai *factor loading* sebelum dan sesudah rotasi varimax. Proporsi keseragaman data lebih merata setelah dilakukan rotasi dan setiap faktor sudah dapat diinterpretasikan dengan jelas. Terlihat pula bahwa setiap variabel hanya berkorelasi kuat dengan salah satu faktor saja dan tidak ada variabel yang korelasinya kurang dari 0,5 ($<0,5$) di kelima faktor tersebut.

Adapun hasil dari proses rotasi seperti yang terangkum dalam tabel 4.23 di atas, ketiga belas indikator yang ada mengelompok dalam lima faktor, yaitu faktor 1 (X2, X8, X10), faktor 2 (X1, X7, X9, dan X13), faktor 3 (X4, dan X11), faktor 4 (X3, dan X5), dan faktor 5 (X6, dan X12).

Letak dan komponen variabel dalam faktor setelah dilakukan rotasi, dapat dilihat pada gambar 4.3 *Component Plot in Rotated Space* di bawah ini:

Gambar 4.3 Component Plot in Rotated Space



Sumber: hasil output SPSS 21.0, 2022

Dari gambar 4.3 di atas, dapat terlihat bahwa komponen terdiri dari variabel-variabel pembentuk faktor.

Tabel 4.25 Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5
1	,578	,516	,457	,405	-,166
2	-,406	,641	-,547	,329	-,127
3	,266	,220	-,192	-,066	,916
4	,296	-,515	-,406	,695	,003
5	-,586	-,096	,538	,491	,342

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Sumber: hasil output SPSS 21.0, 2022

Berdasarkan hasil *component transformation matrix* pada tabel 4.25 di atas diketahui nilai-nilai korelasi yang terdapat pada diagonal utama yaitu 0,578, 0,641, -0,192, 0,695, 0,342.

6. Skor Faktor

Skor faktor menggambarkan lokasi atau tempat dari tiap-tiap pengamatan pada suatu area pada *common factor area*. Pada tabel 4.26 dibawah ini ditampilkan *component score coefficient matrix*.

Tabel 4.26 Component Score Coefficient Matrix

	Component				
	1	2	3	4	5
Akad dan Produk Sesuai	,127	,330	-,298	,143	-,006
Promosi	,362	,074	-,100	,021	,090
Keterbukaan Informasi	,060	-,106	,115	,508	,230
Tidak Menerapkan Bunga	-,172	-,055	,512	,066	-,144
Angsuran yang Wajar	-,111	-,016	,039	,490	-,224
Lokasi Bank Dekat dengan Rumah	,132	,191	,203	-,098	,436
Ada Fasilitas Pick-Up Service	-,033	,396	-,066	,008	,128
Proses Administrasi dan Pencairan Mudah	-,419	,040	-,142	,419	,115
Kelompok Rujukan	-,172	,465	,186	-,246	-,050
Keluarga	,499	-,184	-,154	,115	-,124
Word of Mouth	-,022	-,055	,471	,021	,101
Kebutuhan dan Motivasi	-,083	,026	-,033	,073	,558
Persepsi Terhadap Bank	-,058	,300	-,026	-,019	-,323

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Component Scores.

Sumber: hasil output SPSS 21.0, 2022

Dari *component score coefficient matrix* bisa dihitung untuk setiap case-nya, yaitu dengan mengalikan nilai variabel case yang telah distandarisasi dengan *coefficient score factor*-nya, yang kemudian akan didapatkan nilai *factor skor* untuk setiap variabel. Sehingga untuk selanjutnya dapat dilakukan analisis dengan berbagai metode, misalnya analisis Manova, dll.

Selanjutnya pada tabel 4.27 di bawah ini di tampilan output dari *component score covariance matrix*.

Tabel 4.27 Component Score Covariance Matrix

component	1	2	3	4	5
1	1,000	,000	,000	,000	,000
2	,000	1,000	,000	,000	,000
3	,000	,000	1,000	,000	,000
4	,000	,000	,000	1,000	,000
5	,000	,000	,000	,000	1,000

7. Interpretasi Faktor

Interpretasi faktor didasarkan pada hasil output *Total Variance Explained* pada tabel 4.22 dan *rotated component matrix* pada tabel 4.24 di atas. Dalam interpretasi faktor ini dilakukan juga penamaan faktor. Menurut Ghazali (2011) pemberian nama didasarkan pada variabel yang memiliki nilai loading tertinggi.⁹⁵ Penamaan faktor di bawah ini menggunakan teknik *Surrogate Variable* di mana satu variable yang paling dapat mewakili satu faktor, dengan melihat variabel yang memiliki *factor loading* terbesar. Jika faktor loading tertinggi dalam satu faktor ada yang memiliki nilai hampir sama, maka dapat ditentukan berdasarkan teori, yaitu variabel mana yang secara teori dapat mewakili faktor.⁹⁶ Sehingga faktor diinterpretasikan pada tabel 4.29 hasil interpretasi variabel sebagai berikut:

Tabel 4.28 Hasil Interpretasi Variabel

No.	Nama Faktor	Kode	Nama Indikator	Eigen values	Factor loading	% of variance	Cumulative %
1	Faktor 1 (Faktor Keluarga)	X ₂	Promosi	2,917	0,619	22,440	22,440
2		X ₈	Proses administrasi dan pencairan mudah		-0,655		
3		X ₁₀	Keluarga		0,774		
4	Faktor 2 (Faktor Kelompok Rujukan)	X ₁	Akad dan produk sesuai	1,413	0,598	10,868	33,309
5		X ₇	Ada fasilitas <i>pick-up service</i>		0,630		
6		X ₉	Kelompok rujukan		0,678		
7		X ₁₃	Persepsi terhadap bank		0,521		

⁹⁵ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), hal. 339

⁹⁶ Yeri Sutopo and Achmad Slamet, *Statistik...*, hal. 187

8	Faktor 3 (Faktor Bebas Bunga)	X ₄	Tidak Menerapkan Bunga	1,254	0,739	9,649	42,957
9		X ₁₁	<i>Word Of Mouth</i>		0,708		
10	Faktor 4 (Faktor Kepercayaan)	X ₃	Keterbukaan informasi	1,111	0,706	8,544	51,502
11		X ₅	Angsuran yang wajar		0,699		
12	Faktor 5 (Faktor Kebutuhan dan Motivasi)	X ₆	Lokasi bank dekat dengan rumah	1,105	0,501	8,503	60,005
13		X ₁₂	Kebutuhan dan motivasi		0,717		

Berdasarkan pada tabel 4.28 di atas maka faktor yang terbentuk adalah:

Faktor pertama dinamakan faktor keluarga yang diindikasikan dengan indikator promosi, indikator proses administrasi dan pencairan mudah dan indikator keluarga. Indikator promosi memiliki *factor loading* sebesar 0,619, indikator proses administrasi dan pencairan mudah memiliki *factor loading* sebesar -0,655, dan indikator keluarga memiliki *factor loading* terbesar yaitu 0,774. Faktor pertama mampu menjelaskan sebesar 22,440% variasi.

Faktor kedua dinamakan faktor kelompok rujukan yang diindikasikan dengan indikator akad dan produk sesuai, indikator ada fasilitas *pick-up service*, indikator kelompok rujukan, dan indikator persepsi terhadap bank. Indikator akad dan produk sesuai yang memiliki *factor loading* sebesar 0,598, indikator ada fasilitas *pick-up service* memiliki *factor loading* sebesar 0,630, indikator kelompok rujukan memiliki *factor loading* terbesar yaitu sebesar 0,678, dan indikator persepsi terhadap bank

yang memiliki *factor loading* sebesar 0,521. Faktor kedua mampu menjelaskan sebesar 10,868% variasi.

Faktor ketiga dinamakan faktor bebas bunga yang diindikasikan dengan indikator tidak menerapkan bunga dan indikator *word of mouth*. Indikator tidak menerapkan bunga memiliki *factor loading* terbesar yaitu 0,739, dan indikator *word of mouth* yang memiliki *factor loading* sebesar 0,708. Faktor ketiga mampu menjelaskan sebesar 9,649% variasi.

Faktor keempat dinamakan faktor kepercayaan yang diindikasikan dengan indikator keterbukaan informasi dan indikator angsuran yang wajar. Indikator keterbukaan informasi memiliki *factor loading* terbesar yaitu 0,706, sedangkan angsuran yang wajar yang memiliki *factor loading* sebesar 0,699. Faktor keempat mampu menjelaskan sebesar 8,544% variasi.

Faktor kelima dinamakan faktor kebutuhan dan motivasi yang diindikasikan dengan indikator lokasi bank dekat dengan rumah, dan indikator kebutuhan dan motivasi. Indikator lokasi bank dekat dengan rumah memiliki *factor loading* sebesar 0,501, dan indikator kebutuhan dan motivasi memiliki *factor loading* terbesar yaitu sebesar 0,717. Faktor kelima mampu menjelaskan sebesar 8,503% variasi.