

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Mulyosari Surabaya

BSI KCP Mulyosari bertempat di Jl. Raya Mulyosari No. 310, RT.004/RW.008, Kel. Kalisari, Kec. Mulyorejo, Kota Surabaya. Sebelum adanya penggabungan menjadi Bank Syariah Indonesia, dulunya BSI KCP Mulyosari merupakan bank BRI Syariah. Kemudian pada tanggal 1 Februari 2021 atau bertepatan pada tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H, bank BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah resmi melakukan merger dan mengganti nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Oleh sebab itu, bank BRI Syariah KCP Mulyosari Surabaya kini disebut dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Mulyosari Surabaya.

Penggabungan ketiga bank syariah ini menjadi ikhtiar dalam mewujudkan bank syariah yang dapat menghadirkan layanan produk yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, dan modal yang lebih baik sehingga harapan kedepannya menjadi energi baru dalam pembangunan ekonomi dan wujud perbankan syariah yang modern, universal, dan dapat memberikan kebaikan kepada sesama.

Visi dari Bank Syariah Indonesia yakni Top 10 Global Islamic Bank, sedangkan misinya yakni: 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia, 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham, dan 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.¹⁰⁹

2. SDM Yang Dimiliki BSI KCP Mulyosari Surabaya

Tabel.4.1 SDM yang dimiliki BSI KCP Mulyosari

No	Nama	Jabatan
----	------	---------

¹⁰⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Eric Kurniawan selaku Branch Manager BSI KCP Mulyosari Surabaya pada tanggal 3 Januari 2022

1.	Eric Kurniawan	Branch Manager
2.	Eva Yuliana Safitri	Branch Operation & Service Manager
3.	Novia Rizka Jayanty	Funding & Transaction Staff
4.	Ayu Fitri Arinda	Customer Service Representative
5.	Mentari Rana Prahesti	Teller
6.	Aziz Nasrudin	Customer Business Staff
7.	Fatkhul Arifin	Customer Business Staff
8.	Aries Andy Istiawan	Micro Relationship Manager Team Leader
9.	Mochamad Fatoni	Micro Staff
10.	Moch. Fathor Rozi	Micro Staff
11.	Novi Ika Rahayu	Micro Staff
12.	Didik Prasetyo	Micro Staff

Sumber: Hasil wawancara dengan Bapak Eric Kurniawan selaku Branch Manager, 2021

3. Produk-Produk Bank Syariah Indonesia (BSI)

- 1) Pendanaan, meliputi: BSI Tabungan Bisnis, BSI Tabungan Easy Mudharabah, BSI Tabungan Easy Wadiah, BSI Tabungan Efek Syariah, BSI Tabungan Haji Indonesia, BSI Tabungan Haji Muda Indonesia, BSI Tabungan Junior, BSI Tabungan Mahasiswa, BSI Tabungan Payroll, BSI Tabungan Pendidikan, BSI Tabungan Pensiun, BSI Tabungan Prima, BSI Tabungan Rencana, BSI Tabungan Simpanan Pelajar, BSI Tabungan Simple, BSI Tabungan Smart, BSI Tabungan Valas, BSI TabunganKu, BSI Kapenas Kolektif, BSI Giro, dan BSI Deposito.
- 2) Pembiayaan, meliputi: *Bilateral Financing*, BSI *Cash Collateral*, BSI *Distributor Financing*, BSI Griya Hasanah, BSI Griya Maburr, BSI Griya Simuda, BSI Griya *Take Over*, BSI KPR Sejahtera, BSI KUR Kecil, BSI KUR Mikro, BSI KUR Super Mikro, BSI Mitra Beragun Emas, BSI Mitraguna Berkah, BSI Multiguna Hasanah, BSI OTO, BSI Pensiun Berkah, BSI Umrah, dan Mitraguna *Online*.

4. Gambaran Umum Responden

Pada penelitian ini, peneliti menerapkan sistem kuesioner *online* dan cetak. Kuesioner didistribusikan berjumlah 110 dan yang kembali juga

110. Data yang bisa diolah berjumlah 100 (*response rate* 91%), sisanya tidak memenuhi kriteria responden.

$$\text{Response Rate} = \frac{\text{Jumlah responden yang dapat diolah}}{\text{Jumlah responden awal}} \times 100\%$$

$$\text{Response Rate} = \frac{100}{110} \times 100\% = 91\%$$

Dalam penelitian ini, responden memiliki beberapa karakteristik diantaranya:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	48	48%
2	Perempuan	52	52%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022

Dapat kita ketahui bahwa menurut tabel 4.2 diatas, dari 100 responden yang terpilih, 48 responden atau 48%nya merupakan responden yang berjenis kelamin laki-laki, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 52 atau 52% dari jumlah responden keseluruhan. Sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa jumlah nasabah yang memutuskan menggunakan produk BSI sebagian besar adalah perempuan daripada laki-laki.

b. Usia Responden

Tabel 4.3 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 tahun	5	5%
2	20-25 tahun	26	26%
3.	26-30 tahun	20	20%
4.	31-40 tahun	19	19%
5.	> 40 tahun	30	30%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022

Dapat kita ketahui bahwa menurut tabel 4.3 diatas, dari 100 responden yang terpilih, responden paling banyak berusia > 40 tahun yakni sebanyak 30 responden atau 30%. Sedangkan responden yang paling sedikit berusia < 20 tahun yakni sebanyak 5 responden atau 5%.

Sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa jumlah nasabah yang memutuskan menggunakan produk BSI sebagian besar adalah nasabah yang berusia > 40 tahun.

c. Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	SD	0	0%
2	SMP	1	1%
3.	SMA	34	33%
4.	Sarjana	65	66%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022

Dapat kita ketahui bahwa menurut tabel 4.4 diatas, dari 100 responden yang terpilih, sebagian besar responden tingkat pendidikannya adalah sarjana yakni sejumlah 65 atau 65%. Sedangkan jumlah responden paling sedikit adalah responden yang memiliki tingkat pendidikan SD karena responden tidak ada yang tingkat pendidikannya SD atau berjumlah 0 responden. Sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa jumlah nasabah yang memutuskan menggunakan produk BSI sebagian besar adalah nasabah yang tingkat pendidikannya adalah Sarjana.

d. Pekerjaan Responden

Tabel 4.5 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Wirausahawan & Pedagang	20	20%
2	Karyawan Swasta & Pabrik	29	29%
3.	Dosen/Guru/PNS	12	12%
4.	Mahasiswa/ Pelajar	19	19%
5.	Lainnya	20	19%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022

Dapat kita ketahui bahwa menurut tabel 4.5 diatas, dari 100 responden yang terpilih, sebagian besar responden bekerja sebagai karyawan swasta dan pabrik yang berjumlah 29 responden atau 29%. Sedangkan jumlah responden yang paling sedikit adalah responden

yang memiliki pekerjaan sebagai dosen, guru, dan PNS yang berjumlah 12 responden atau 12%. Sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa jumlah nasabah yang memutuskan menggunakan produk BSI sebagian besar adalah nasabah yang bekerja sebagai karyawan swasta dan pabrik.

e. Penghasilan Responden

Tabel 4.6 Penghasilan Responden

No	Nominal Penghasilan	Jumlah	Persentase
1	Tidak/belum berpenghasilan	15	15%
2	<1.000.000	1	1%
3.	1.000.001 - 5.000.000	63	63%
4.	5.000.001 - 10.000.000	18	18%
5.	> 10.000.000	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022

Dapat kita ketahui bahwa menurut tabel 4.6 diatas, dari 100 responden yang terpilih, sebagian besar responden memiliki penghasilan sebesar Rp.1000.001 – Rp. 5.000.000 yang berjumlah 63 responden atau 63%. Sedangkan jumlah responden yang paling sedikit adalah responden yang memiliki penghasilan <Rp.1.000.000 yakni sebesar 1%. Sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa jumlah nasabah yang memutuskan menggunakan produk BSI sebagian besar adalah nasabah yang memiliki penghasilan Rp.1000.001 – Rp. 5.000.000 atau responden menengah ke atas.

f. Produk Yang Digunakan

Tabel 4.7 Produk Yang Digunakan Responden

No	Produk Yang Digunakan	Jumlah	Persentase
1	Simpanan	68	68%
2	Pembiayaan	32	32%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022

Dapat kita ketahui bahwa menurut tabel 4.7 diatas, dari 100 responden yang terpilih, sebagian besar responden memilih untuk menggunakan produk simpanan dengan jenis produk tabungan akad wadiah sejumlah 68%. Sedangkan jumlah responden yang paling

sedikit adalah responden yang memilih menggunakan produk pembiayaan, dengan jenis produk pembiayaan akad murabahah sebesar 32%. Sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa nasabah yang memutuskan menggunakan produk BSI sebagian besar adalah nasabah yang menggunakan produk simpanan.

g. Akad Yang Digunakan

Tabel 4.8 Akad Yang Digunakan Responden

No	Akad Yang Digunakan	Jumlah	Persentase
1	Wadiah	51	51%
2	Mudharabah	23	23%
3.	Murabahah	15	15%
4.	Musyarakah	6	6%
5.	Ijarah	5	5%
6.	Rahn	0	0
7.	Salam	0	0
8.	Qardh	0	0
9.	Istishna'	0	0
Jumlah		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022

Dapat kita ketahui bahwa menurut tabel 4.8 diatas, dari 100 responden yang terpilih, sebagian besar responden memilih untuk menggunakan produk akad wadiah dengan jumlah responden 51 atau 51%. Sedangkan jumlah responden yang paling sedikit adalah responden yang menggunakan produk akad Rahn, Salam, Qardh, dan Istishna yakni sebesar 0%. Sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa nasabah yang memutuskan menggunakan produk BSI sebagian besar adalah nasabah yang menggunakan produk dengan akad wadiah.

B. Analisis Deskriptif

Untuk mendeskripsikan variabel maka dapat dilihat dari hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan atau indikator terhadap setiap variabel.

Tabel 4.9 Analisis Deskriptif

Item	Skor Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS

X 1.1	36	56	8	0	0
X 1.2	34	61	5	0	0
X 1.3	65	30	4	1	0
X 1.4	56	40	4	0	0
X 1.5	57	41	2	0	0
X 1.6	35	52	12	1	0
X 1.7	33	51	12	3	1
Jumlah X1	316	331	47	5	1
Persentase X1	45,14%	47,28%	6,71%	0,71%	0,14%
X 2.1	33	62	5	0	0
X 2.2	43	54	2	0	1
X 2.3	51	45	3	0	1
X 2.4	32	51	16	0	1
X 2.5	32	62	5	1	0
X 2.6	52	45	3	0	0
X 2.7	60	39	1	0	0
X 2.8	56	42	2	0	0
X 2.9	32	52	14	1	1
X 2.10	42	49	8	1	0
X 2.11	31	47	19	2	1
X 2.12	42	53	4	1	0
X 2.13	36	57	7	0	0
X 2.14	34	61	5	0	0
X 2.15	38	60	2	0	0
X 2.16	32	60	8	0	0
X 2.17	38	61	1	0	0
X 2.18	37	61	2	0	0
X 2.19	40	57	3	0	0
X 2.20	46	51	3	0	0
X 2.21	38	57	5	0	0
X 2.22	39	55	6	0	0
X 2.23	41	57	2	0	0
X 2.24	38	54	7	1	0
Jumlah X2	963	1292	133	7	5
Persentase X2	40,12%	53,83%	5,54%	0,29%	0,21%
X 3.1	32	59	9	0	0
X 3.2	34	55	10	1	0
X 3.3	40	55	5	0	0
X 3.4	42	50	7	1	0
X 3.5	31	47	15	6	1
X 3.6	34	56	10	0	0
X 3.7	27	64	9	0	0
X 3.8	29	55	6	6	4
X 3.9	27	59	8	4	2

Jumlah X3	296	500	79	18	7
Persentase X3	32,89%	55,56%	8,78%	2%	0,78%
Y 1.1	47	46	7	0	0
Y 1.2	38	53	9	0	0
Y 1.3	52	43	5	0	0
Y 1.4	38	52	8	2	0
Y 1.5	27	49	13	8	3
Y 1.6	34	52	13	0	1
Jumlah Y	236	295	55	10	4
Persentase Y	39,33%	49,17%	9,17%	1,67%	0,67%
Total	1811	2418	314	40	17
Persentase	39,37%	52,56%	6,83%	0,87%	0,37%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 1811 atau 39,37%, nasabah yang menyatakan setuju sebesar 2418 atau 52,56%, nasabah yang menyatakan kurang setuju sebesar 314 atau 6,83%, nasabah yang menyatakan tidak setuju sebesar 40 atau 0,87% dan nasabah yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 17 atau 0,37%.

Pada variabel promosi (X1) responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 316 atau 45,14% sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 1 atau 0,14%. Kemudian pada variabel kualitas pelayanan (X2) responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 963 atau 40,12% sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 5 atau 0,21%. Selanjutnya pada variabel pemahaman produk (X3) responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 296 atau 32,89%, sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 7 atau 0,78%. Dan pada variabel keputusan nasabah responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 236 atau 39,33%, sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 4 atau 0,67%.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Untuk menentukan item-item dari setiap pertanyaan kuesioner layak atau tidak digunakan dalam sebuah penelitian perlu adanya pengujian validitas. Suatu item dinyatakan valid apabila hasil r hitung $>$ r tabel, begitupun sebaliknya, suatu item dinyatakan tidak valid apabila hasil r hitung $<$ r tabel. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan df sebesar 98 ($df = n - 2$), nilai R tabel = 0,195 ($n = 100$, $\alpha = 0,05$).

Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

a. Promosi

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Promosi (X1)	X1.1	0,668	0,195	Valid
	X1.2	0,729	0,195	Valid
	X1.3	0,571	0,195	Valid
	X1.4	0,673	0,195	Valid
	X1.5	0,710	0,195	Valid
	X1.6	0,754	0,195	Valid
	X1.7	0,598	0,195	Valid

Sumber : Data hasil angket diolah dengan SPSS 25.0,2022

Dari tabel 4.13 diatas, dapat kita ketahui bahwa koefisien korelasi (r hitung) dari variabel promosi (X1) memiliki nilai lebih besar dari r tabel (0,195). Seluruh item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid sehingga dapat digunakan untuk penelitian berikutnya.

b. Kualitas Pelayanan

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,646	0,195	Valid
	X2.2	0,608	0,195	Valid
	X2.3	0,686	0,195	Valid
	X2.4	0,738	0,195	Valid
	X2.5	0,793	0,195	Valid
	X2.6	0,525	0,195	Valid
	X2.7	0,516	0,195	Valid
	X2.8	0,521	0,195	Valid
	X2.9	0,599	0,195	Valid
	X2.10	0,679	0,195	Valid
	X2.11	0,683	0,195	Valid
	X2.12	0,707	0,195	Valid

	X2.13	0,751	0,195	Valid
	X2.14	0,793	0,195	Valid
	X2.15	0,736	0,195	Valid
	X2.16	0,751	0,195	Valid
	X2.17	0,746	0,195	Valid
	X2.18	0,760	0,195	Valid
	X2.19	0,649	0,195	Valid
	X2.20	0,651	0,195	Valid
	X2.21	0,646	0,195	Valid
	X2.22	0,712	0,195	Valid
	X2.23	0,702	0,195	Valid
	X2.24	0,588	0,195	Valid

Sumber : Data hasil angket diolah dengan SPSS 25.0,2022

Dari tabel 4.14 diatas, dapat kita ketahui bahwa koefisien korelasi (r hitung) dari variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai lebih besar dari r tabel (0,195). Seluruh item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid sehingga dapat digunakan untuk penelitian berikutnya.

c. Pemahaman Produk

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman Produk

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pemahaman Produk (X3)	X3.1	0,726	0,195	Valid
	X3.2	0,836	0,195	Valid
	X3.3	0,750	0,195	Valid
	X3.4	0,753	0,195	Valid
	X3.5	0,751	0,195	Valid
	X3.6	0,835	0,195	Valid
	X3.7	0,776	0,195	Valid
	X3.8	0,716	0,195	Valid
	X3.9	0,804	0,195	Valid

Sumber : Data hasil angket diolah dengan SPSS 25.0,2022

Dari tabel 4.15 diatas, dapat kita ketahui bahwa koefisien korelasi (r hitung) dari variabel kualitas pemahaman produk (X3) memiliki nilai lebih besar dari r tabel (0,195). Seluruh item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid sehingga dapat digunakan untuk penelitian berikutnya.

d. Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
----------	------------	----------	---------	------------

Keputusan Nasabah (Y)	X3.1	0,774	0,195	Valid
	X3.2	0,742	0,195	Valid
	X3.3	0,629	0,195	Valid
	X3.4	0,648	0,195	Valid
	X3.5	0,627	0,195	Valid
	X3.6	0,694	0,195	Valid

Sumber : Data hasil angket diolah dengan SPSS 25.0,2022

Dari tabel 4.16 diatas, dapat kita ketahui bahwa koefisien korelasi (r hitung) dari variabel keputusan nasabah (Y) memiliki nilai lebih besar dari r tabel (0,195). Seluruh item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid sehingga dapat digunakan untuk penelitian berikutnya.

2. Uji Realibilitas

Kuesioner dapat dinyatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dinyatakan realibel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Promosi (X1)	0,787	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,946	Reliabel
Pemahaman Produk (X3)	0,905	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,752	Reliabel

Sumber : Data hasil angket diolah dengan SPSS 25.0,2022

Dari Tabel 4.17 diatas, dapat kita ketahui bahwa: 1) Variabel promosi (X1) memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60 yakni $0,787 > 0,60$ sehingga variabel X1 dalam kuesioner ini dinyatakan reliabel; 2) Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60 yakni $0,946 > 0,60$ sehingga variabel X2 dalam kuesioner ini dinyatakan reliabel; 3) Variabel pemahaman produk (X3) memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60 yakni $0,905 > 0,60$ sehingga variabel X3 dalam kuesioner ini dinyatakan reliabel; dan 4) Variabel keputusan nasabah (Y) memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60 yakni $0,752 > 0,60$ sehingga variabel Y dalam kuesioner ini dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data (nilai residual) berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Unstandardized Residual
	.200

Sumber : Data hasil angket diolah dengan SPSS 25.0,2022

Berdasarkan Tabel 4.18 diatas, dapat kita ketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0, 200 lebih besar dari 0,05. Sehingga menurut dasar pengambilan keputusan Kolmogrov Smirnov, dapat kita tarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi linier terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh antar masing-masing variabel bebas yang diteliti. Jika angka tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 , maka tidak terdapat multikolinearitas, sebaliknya jika angka tolerance $< 0,1$ dan VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinierity Statistic	
	Tolerance	VIF
Promosi (X1)	0,555	1,802
Kualitas Pelayanan (X2)	0,390	2,562
Pemahaman Produk (X3)	0,439	2,276

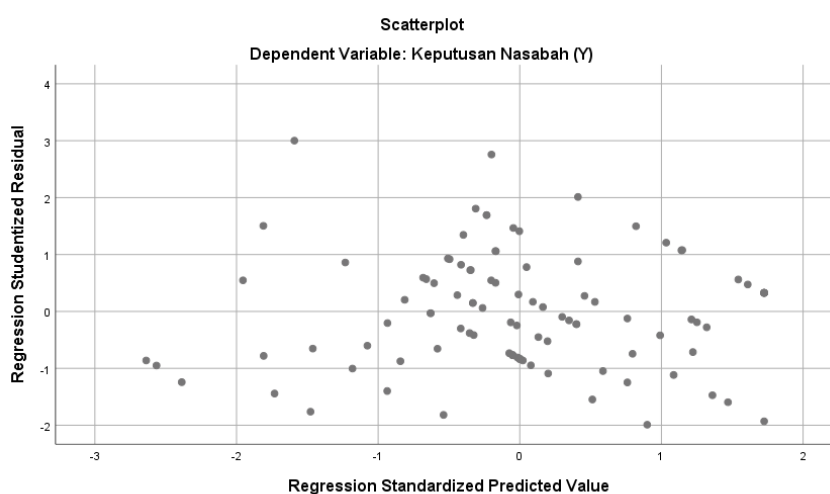
Sumber : Data hasil angket diolah dengan SPSS 25.0,2022

Berdasarkan Tabel 4.19 diatas, dapat kita ketahui bahwa nilai tolerance dari: 1) Variabel promosi (X1) sebesar $0,555 > 0,1$; 2) Variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar $0,390 > 0,1$; dan 3) Variabel pemahaman produk sebesar $0,439 > 0,1$. Sedangkan untuk nilai VIF

dari: 1) Variabel promosi (X1) sebesar $1,802 < 10$; 2) Variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar $2,562 < 10$; dan 3) Variabel pemahaman produk sebesar $2,276 < 10$. Ketiga variabel tersebut menunjukkan nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 . Dengan demikian dapat kita tarik kesimpulan bahwa data tersebut tidak terjadi gangguan multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan Tabel 4.20 diatas, titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat kita tarik kesimpulan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Hipotesis

1. Uji-T

Uji parsial (Uji-T) digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

- Tingkat signifikansi 5%; nilai signifikansi $< 0,05$
- $T_{hitung} > T_{tabel}$

$$\begin{aligned} T_{tabel} &= t(a/2 ; n-k-1) \\ &= t(0,05/2 ; 100-3-1) \\ &= 0,025 ; 96 \end{aligned}$$

= 1,985

Tabel 4.18 Hasil Uji-t

Model	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
		1,206	0,231
Promosi (X1)	0,211	2,499	0,014
Kualitas Pelayanan (X2)	0,186	1,844	0,068
Pemahaman Produk (X3)	0,487	5,134	0,000

Sumber : Data hasil angket diolah dengan SPSS 25.0,2022

Berdasarkan Tabel 4.21 diatas, dapat kita ketahui bahwa:

- 1) Hasil pengujian hipotesis variabel promosi (X1) terhadap keputusan nasabah (Y) menunjukkan hasil t hitung sebesar 2,499 > 1,985 dengan taraf signifikan 0,014 < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, hipotesis H1 promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
 - 2) Hasil pengujian hipotesis variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan nasabah (Y) menunjukkan hasil t-hitung sebesar 1,844 < 1,985 dengan taraf signifikan 0,068 > 0,05 maka H0 diterima dan H2 ditolak. Artinya, hipotesis H2 kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.
 - 3) Hasil pengujian hipotesis variabel pemahaman produk (X3) terhadap keputusan nasabah (Y) menunjukkan hasil t hitung sebesar 5,134 > 1,985 dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan H3 diterima. Artinya, hipotesis H3 pemahaman produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk perbankan secara signifikan.
2. Uji-F
- Uji F digunakan untuk mengetahui dan mengevaluasi pengaruh semua variable independen terhadap variable dependen.

- Tingkat signifikansi 5%; nilai signifikansi < 0,05
- $F_{hitung} > F_{tabel}$
 $F_{tabel} = F_{3,96}$
 $= 2,70$

Tabel 4.19 Uji F

Model	T	Sig
Regression Residual Total	52,262	0,000

Sumber : Data hasil angket diolah dengan SPSS 25.0,2022

Berdasarkan Tabel 4.22 diatas, dapat kita ketahui bahwa hasil perhitungan statistik menunjukkan hasil f hitung sebesar 52,262 > 2,70 dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa secara simultan variabel promosi, kualitas pelayanan, dan pemahaman produk sama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk perbankan.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.20 Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std error
	2,586	2,145
Promosi (X1)	0,208	0,083
Kualitas Pelayanan (X2)	0,055	0,030
Pemahaman Produk (X3)	0,287	0,056

Sumber : Data hasil angket diolah dengan SPSS 25.0,2022

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = 2,586 + 0,208X_1 + 0,055X_2 + 0,287X_3$$

Interpretasinya:

- Nilai a sebesar 2,586 yang merupakan konstanta atau keadaan saat variabel keputusan nasabah belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan pemahaman produk (X3). Jika variabel independen tidak ada maka variabel keputusan nasabah tidak mengalami perubahan.

- b_1 (nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0,208 menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah (Y), artinya setiap kenaikan 1 satuan variabel promosi maka akan memengaruhi keputusan nasabah sebesar 0,208 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- b_2 (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,055 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah (Y), artinya setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas pelayanan maka akan memengaruhi keputusan nasabah sebesar 0,055 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- b_3 (nilai koefisien regresi X_3) sebesar 0,287 menunjukkan bahwa variabel pemahaman produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah (Y), artinya setiap kenaikan 1 satuan variabel pemahaman nasabah maka akan memengaruhi keputusan nasabah sebesar 0,208 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini..

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.21 Koefisien Determinasi

Model	Adjusted Square
1	0,620

Sumber : Data hasil angket diolah dengan SPSS 25.0,2022

Berdasarkan tabel 4.24 didapatkan hasil perhitungan regresi yang diketahui bahwa hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,620. Yang berarti bahwa 62% variabel keputusan nasabah menggunakan produk perbankan dipengaruhi oleh variabel promosi, kualitas pelayanan, dan pemahaman produk. Sedangkan sisanya yakni 38% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.