

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas butir-butir pernyataan yang ada dalam kuesioner penelitian dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *Product Moment Pearson*. Instrumen penelitian berupa butir-butir pernyataan yang ada dalam kuesioner dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel atau nilai probabilitas < signifikansi (α) = 0,05. Nilai r tabel ditentukan berdasarkan jumlah sampel penelitian, maka dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, diperoleh nilai r tabel pada taraf signifikansi (α) = 0,05 sebesar 0,195. Hal tersebut berarti butir pernyataan yang ada dalam kuesioner dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel = 0,195. Sebaliknya jika nilai r hitung < 0,195, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

Hasil pengujian validitas dengan menggunakan perangkat lunak *SPSS 20 for Windows* dapat dilihat pada Tabel 5.1 berikut.

Tabel 5. 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	X1.1	0,718	0,195	Valid
	X1.2	0,760	0,195	Valid
	X1.3	0,749	0,195	Valid
	X1.4	0,831	0,195	Valid
	X1.5	0,674	0,195	Valid
	X1.6	0,454	0,195	Valid
	X1.7	0,451	0,195	Valid
	X1.8	0,525	0,195	Valid
Lokasi (X2)	X2.1	0,607	0,195	Valid
	X2.2	0,913	0,195	Valid
	X2.3	0,899	0,195	Valid
	X2.4	0,888	0,195	Valid
Pengetahuan (X3)	X3.1	0,893	0,195	Valid
	X3.2	0,897	0,195	Valid
	X3.3	0,925	0,195	Valid
Produk(X4)	X4.1	0,847	0,195	Valid
	X4.2	0,939	0,195	Valid
	X4.3	0,948	0,195	Valid
Keputusan Menabung (Y)	Y1.1	0,831	0,195	Valid
	Y1.2	0,879	0,195	Valid
	Y1.3	0,899	0,195	Valid
	Y1.4	0,697	0,195	Valid
	Y1.5	0,676	0,195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Hasil uji validitas pada Tabel 5.1 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1), variabel lokasi (X2), pengetahuan (X3), produk(X4), dan keputusan menabung (Y) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} = 0,195, maka seluruh butir pernyataan pada masing-masing variabel penelitian seperti yang tercantum dalam kuesioner dinyatakan valid, sehingga seluruh butir pernyataan tersebut layak digunakan sebagai instrumen/alat bantu untuk mengambil data penelitian. Selain itu, hal ini juga berarti bahwa bunyi kalimat

pernyataan dalam kuesioner dapat mencerminkan atau cocok dengan masing-masing variabel penelitiannya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memperlihatkan stabilitas atau konsistensi hasil pengukurannya. Kuesioner sebagai alat ukur dinyatakan reliabel atau dapat diandalkan jika jawaban responden terhadap butir-butir pernyataan yang ada dalam kuesioner adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Kuesioner disebut reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.2.

Tabel 5. 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,792	Reliabel
Lokasi (X2)	0,852	Reliabel
Pengetahuan (X3)	0,823	Reliabel
Produk(X4)	0,882	Reliabel
Keputusan Menabung (Y)	0,846	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 5.2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir pernyataan yang ada pada variabel kualitas pelayanan (X1), variabel lokasi (X2), pengetahuan (X3), produk(X4), dan keputusan menabung (Y) dinyatakan seluruhnya reliabel atau dapat diandalkan.

B. Hasil Uji Asumsi Klasik

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Sebelum melakukan analisis data untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, dilakukan terlebih dulu uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Pelaksanaan uji asumsi klasik dilakukan dengan bantuan *software SPSS* versi 20 for Windows, yang hasilnya diuraikan sebagai berikut.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) berdasarkan nilai signifikansi hitungannya (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) dengan menggunakan *software SPSS 20.0 for Windows*. Data variabel penelitian dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari taraf signifikansi (α) = 0,05, sebaliknya jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih kecil dari taraf signifikansi (α) = 0,05 maka data variabel penelitian dinyatakan tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas data dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.

Tabel 5. 3 Hasil Uji Normalitas

Keterangan	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Kesimpulan
Unstandardized Residual	0,101	Normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Hasil uji normalitas seperti tercantum dalam Tabel 5.3 tersebut dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* dari unstandardized residual lebih besar dari 0,05 (*Asymp. Sig. > 0,05*), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data variabel dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pedoman yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *Tolerance* dan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Model regresi dinyatakan tidak ada multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$, dan nilai *VIF* < 10 . Hasil uji multikolinearitas tercantum dalam Tabel 5.4 berikut.

Tabel 5. 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	<i>Tolerance</i>	VIF	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,943	1,061	Tidak terjadi multikolinieriras
Lokasi (X2)	0,950	1,052	Tidak terjadi multikolinieriras
Pengetahuan (X3)	0,944	1,059	Tidak terjadi multikolinieriras
Produk(X4)	0,964	1,038	Tidak terjadi multikolinieriras

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas seperti terlihat pada Tabel 5.4, dapat dijelaskan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas, karena nilai *tolerance* untuk semua variabel independen lebih dari 0,10, dan nilai *VIF* semua variabel independen kurang dari 10.

Hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model regresi tidak berkorelasi satu sama lain. Dengan demikian dinyatakan tidak terjadi masalah multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Glejser*. Jika variabel bebas tidak signifikan secara statistik, dan tidak mempengaruhi variabel terikat, maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, begitu sebaliknya. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas terhadap model regresi dalam penelitian ini.

Tabel 5. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Signifikansi (Sig.)	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,962	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Lokasi (X2)	0,214	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pengetahuan (X3)	0,737	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Produk(X4)	0,482	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Tabel 5.5 tersebut memperlihatkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

C. Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), pengetahuan (X3), dan produk (X4) secara parsial terhadap keputusan menabung (Y). Hasil analisis regresi berganda disajikan pada Tabel 5.7 di bawah ini:

Tabel 5. 6 Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi (b)	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
Kualitas pelayanan(X1)	0,268	4,698	0,000	Signifikan
Lokasi (X2)	0,209	2,150	0,034	Signifikan
Pengetahuan(X3)	0,431	3,209	0,002	Signifikan
Produk(X4)	0,220	2,139	0,035	Signifikan
Konstanta (a) = 0,226 Adjusted R ² = 0,352 F hitung = 14,468 Sig. F = 0,000				

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda tersebut dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,226 + 0,268X1 + 0,209X2 + 0,431X3 + 0,220X4$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,226 dapat diketahui bahwa apabila variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan produk dianggap nol, maka besarnya keputusan menabung adalah positif 0,226. Hal ini berarti bahwa jika tidak ada variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan produk, maka konsumen cenderung tetap memutuskan untuk memutuskan menabung.

2. Nilai koefisien regresi (beta) pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,268, artinya setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka keputusan menabung meningkat sebesar 0,268satuan, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap. Sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel kualitas pelayananakan menurunkan keputusan menabung sebesar 0,268satuan.
3. Nilai koefisien regresi (beta) pada variabel lokasi sebesar 0,209, artinya setiap peningkatan variabel lokasi sebesar satu satuan maka keputusan menabung meningkat sebesar 0,209satuan, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap. Sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel lokasiakan menurunkan keputusan menabung sebesar 0,209satuan.
4. Nilai koefisien regresi (beta) pada variabel pengetahuan sebesar 0,431, artinya setiap peningkatan variabel pengetahuan sebesar satu satuan maka keputusan menabung meningkat sebesar 0,431satuan, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap. Sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel pengetahuanakan menurunkan keputusan menabung sebesar 0,431satuan.
5. Nilai koefisien regresi (beta) pada variabel produk sebesar 0,220, artinya setiap peningkatan variabel produk sebesar satu satuan maka keputusan menabung meningkat sebesar 0,220satuan, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap. Sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel produkakan menurunkan keputusan menabung sebesar 0,220satuan.

Selanjutnya untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak, maka akan dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial (individu) satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Sig. <0,05), dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil pengujian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan yaitu diperoleh nilai t hitung sebesar 4,698 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas <0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,268; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Faktor pelayanan Bank Syariah mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih menabung di Bank Syariah” tidak ditolak. Hal ini berarti H1 dalam penelitian ini terbukti.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Hasil statistik uji t untuk variabel lokasi yaitu diperoleh nilai t hitung sebesar 2,150 dengan nilai signifikansi sebesar 0,034 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas <0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,209; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Faktor lokasi Bank Syariah mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih menabung di Bank Syariah” tidak ditolak. Hal ini berarti H2 dalam penelitian ini terbukti.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga

Hasil statistik uji t untuk variabel pengetahuan yaitu diperoleh nilai t hitung sebesar 3,209 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas < 0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,431; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Faktor pengetahuan masyarakat terhadap Perbankan Syariah mempengaruhi keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah” tidak ditolak. Hal ini berarti H3 dalam penelitian ini terbukti.

4. Pengujian Hipotesis Keempat

Hasil statistik uji t untuk variabel produk yaitu diperoleh nilai t hitung sebesar 2,139 dengan nilai signifikansi sebesar 0,034 lebih kecil dari 0,05 ($0,034 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,220; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Faktor produk Bank Syariah mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih menabung di Bank Syariah” tidak ditolak. Hal ini berarti H4 dalam penelitian ini terbukti.

Uji F (*Fisher*) yang terdapat dalam analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas meliputi: kualitas pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan produk secara bersama-sama terhadap keputusan menabung. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Sig. < 0,05) maka semua variabel bebas meliputi: kualitas pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Hasil uji F dalam penelitian ini

seperti terlihat pada Tabel 5.7 menunjukkan nilai F hitung sebesar 14,468 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, lokasi, pengetahuan dan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.

Koefisien determinasi merupakan suatu alat pengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1. Besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji *Adjusted R²* pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,352. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan menabung dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan produk sebesar 35,2%, sedangkan sisanya 64,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan nilai koefisien determinasi yang diperoleh yaitu sebesar 35,2%, maka dapat dikatakan bahwa nilai koefisien determinasi tersebut termasuk dalam kategori lemah. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh seluruh variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan menabung ialah lemah.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di Bank Syariah

Hasil uji regresi ganda yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 4,698 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas < 0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,268; maka hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu “Faktor pelayanan Bank Syariah mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih menabung di Bank Syariah” terbukti.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Daulay (2010) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Mandiri Syariah di kota Medan” yang salah satu hasilnya mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Mandiri Syariah kota Medan.

Hasil penelitian ini berarti bahwa semakin baik/tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah, maka keputusan menabung dari nasabah cenderung semakin tinggi, sebaliknya jika kualitas pelayanan semakin jelek/rendah, maka keputusan menabung di Bank Syariah juga akan semakin rendah.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di Bank Syariah

Hasil uji regresi gandayang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari lokasi terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 2,150 dengan nilai signifikansi sebesar 0,034 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $<0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,209; maka hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu “Faktor lokasi Bank Syariah mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih menabung di Bank Syariah” terbukti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Tyas dan Ari (2012) dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang” menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. Artinya jika lokasi BMT Sumber Mulia Tuntang semakin strategis, maka keputusan nasabah menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang juga cenderung semakin tinggi, sebaliknya jika lokasi semakin tidak strategis, maka keputusan nasabah menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang juga cenderung semakin rendah.

3. Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di Bank Syariah

Hasil uji regresi gandayang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 3,209 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $<0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,431; maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu “Faktor pengetahuan masyarakat terhadap Perbank Syariah mempengaruhi keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah” terbukti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Yuliawan (2011) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung” menyimpulkan bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah cabang Bandung. Artinya jika pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah semakin baik, maka keputusan konsumen untuk menjadi nasabah PT. Bank Syariah cabang Bandung juga cenderung semakin tinggi, sebaliknya jika pengetahuan konsumen tentang perbankan syariah semakin kurang, maka keputusan konsumen untuk menjadi nasabah PT. Bank Syariah cabang Bandung juga cenderung semakin rendah.

4. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di Bank Syariah

Hasil uji regresi ganda yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 3,209 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $<0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,431; maka hipotesis keempat dalam penelitian ini yaitu “Faktor pengetahuan masyarakat terhadap Perbank Syariah mempengaruhi keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah” terbukti.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Nopitasari (2017) dengan judul “Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah” menyimpulkan salah satu hasilnya ialah produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan bank syariah. Hal ini berarti semakin beragam dan menarik produk bank syariah yang ditawarkan kepada mahasiswa, maka keputusan mahasiswa untuk menggunakan bank syariah juga semakin tinggi, sebaliknya semakin tidak menarik dan tidak beraneka ragam produk bank syariah yang ditawarkan kepada mahasiswa, maka keputusan mahasiswa untuk menggunakan bank syariah juga semakin rendah.