

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Berdiri Bank BRISyariah (BRIS)

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi integritas dan profesionalisme telah tertanam kuat pada segenap elemen Bank BRISyariah (BRIS) sejak awal pendiriannya.

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. BRISyariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. BRISyariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT. BRISyariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. BRISyariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. BRISyariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Aktivitas PT. BRISyariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. BRISyariah (proses spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRISyariah.

Saat ini PT. BRISyariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. BRISyariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. BRISyariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. BRISyariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan

memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah. (www.brisyariah.co.id)

2. Profil BRISyariah (BRIS) KC Bantul

Setelah kurang lebih delapan tahun beroperasi, BRISyariah menunjukkan *progress* pertumbuhan yang cukup bagus, oleh karena itu untuk semakin memperluas pangsa pasar dan sebagai wadah masyarakat yang mencari akan hadirnya bank berlandaskan Islami, maka dibangunlah Bank Rakyat Indonesi Syariah Kantor Cabang Bantul yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman, Bantul, Kec.Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta 55711.

BRISyariah KC Bantul mulai beroperasi pada tanggal 03 September 2012 merupakan bagian dari kantor cabang BRI Syariah Yogyakarta yang beralamat di Jl. Yos Sudarso No.1 Yogyakarta. Lokasi BRI Syariah yang strategis tepat berada di pinggir jalan utama Bantul dan dikelilingi tempat-tempat publik semacam pasar Bantul, ruko toko-toko, swalayan dan masjid Agung Bantul menjadikan BRISyariah KC Bantul sangat mudah ditemukan.

Sebagian besar nasabah BRI Syariah KC Bantul mayoritas adalah masyarakat dalam wilayah Kabupaten Bantul. Pangsa pasar yang luas serta sangat menjaga nama baik dalam setiap pelayanannya

menyebabkan BRI Syariah KC Bantul mulai dikenal luas bahkan diluar wilayah kabupaten Bantul. Hal ini dibuktikan dengan adanya nasabah yang berasal dari luar Kabupaten Bantul Seperti, Klaten, Kulon Progo dan masih banyak lagi.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi masyarakat di Kabupaten Bantul yang terus meningkat, dalam hal ruang lingkup jenis-jenis nasabah BRI Syariah KC Bantul terus berdatangan dari kalangan atas sampai masyarakat menengah kebawah. Banyaknya gedung perkantoran pemerintahan, perusahaan swasta, pengusaha, sampai pada usaha mikro kecil menengah dan pedagang menjadi tujuan utama bagi kalangan yang penulis sebutkan di atas untuk menempatkan dan mempercayakan keuangan mereka pada Bank BRI Syariah KC Bantul. Perkembangan ini sejalan dengan misi dari BRI Syariah yang berperan aktif meningkatkan kesejahteraan pengusaha kecil dan menengah dengan prinsip keadilan dan saling menguntungkan serta senantiasa menjunjung tinggi citra Bank BRI Syariah sebagai lembaga keuangan syariah kepercayaan masyarakat khususnya masyarakat yang berada di wilayah Kabupaten Bantul.

Kabupaten Bantul merupakan kabupaten yang terletak di sebelah selatan provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berbatasan dengan kota Yogyakarta di sebelah utara, Kabupaten Gunung Kidul di sebelah timur, dan Kabupaten Kulon Progo disebelah barat dengan luas wilayah mencapai 506,85 km². Kecamatan yang berada di wilayah administrasi kabupaten bantul berjumlah 17 kecamatan. Total penduduk yang berada

diwilayah Kabupaten Bantul berjumlah 955.015 jiwa.
(www.bantukab.go.id/profil/sekilas_kabupaten_bantul.html).

3. Visi-Misi Bank BRISyariah (BRIS)

a. Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

b. Misi

1. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
2. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
3. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
4. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

4. Produk-produk Usaha Bank BRISyariah (BRIS)

a. Produk Tabungan

- 1) Tabungan Faedah BRISyariah iB
- 2) Tabungan Haji BRISyariah iB
- 3) Tabungan Haji Valas BRISyariah iB
- 4) Tabungan Impian BRISyariah iB
- 5) TabunganKu

- 6) Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah iB
- b. Produk non Tabungan
 - 1) Giro BRISyariah iB
 - 2) Deposito BRISyariah iB
 - c. Produk Pembiayaan
 - 1) Qardh Beragun Emas BRISyariah iB
 - 2) KKB BRISyariah iB
 - 3) KPR BRISyariah iB
 - 4) KMG BRISyariah iB
 - 5) Pembiayaan Umrah BRISyariah iB

B. Hasil Penyebaran Kuisisioner

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran angket atau kuisisioner kepada masyarakat di Kabupaten Bantul yang belum pernah melakukan transaksi di Bank BRISyariah KC Bantul dengan metode *simple random sampling*. Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner hasil pengembangan dari peneliti sebelumnya. Total item pertanyaan dalam kuisisioner sebanyak 23 item pertanyaan, yang terdiri dari 6 pernyataan mengenai tingkat Pengetahuan Tentang Produk BRI Syariah, 7 pernyataan mengenai Citra Perusahaan, 5 pernyataan mengenai Lokasi BRI Syariah, dan 5 pernyataan mengenai minat melakukan transaksi di BRI Syariah.

Kuisisioner yang disebarakan sebanyak 100 kuisisioner kepada masyarakat yang ada di Kabupaten Bantul yang sudah pernah dan belum

pernah melakukan transaksi di Bank BRI Syariah, sample diambil melalui penyebaran di 17 Kecamatan yang ada di Kabupaten Bantul, masing masing kecamatan diambil sample 5 sampai 6 orang. Pengumpulan kuisisioner dilakukan selama hampir 4 (empat) minggu, yaitu dari tanggal 27 Februari 2017 sampai dengan tanggal 24 Maret 2017. Pengumpulan kuisisioner terbilang cukup lama karena disini peneliti harus mendatangi satu-persatu responden/ masyarakat yang berada di Kabupaten Bantul yang belum pernah melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul untuk berkenan mengisi kuisisioner yang peneliti berikan.

Peneliti telah merangkum hasil kuisisioner dalam tabel yang menunjukkan jumlah kuisisioner yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Secara keseluruhan total kuisisioner yang didistribusikan sebanyak 100 kuisisioner, dan jumlah kuisisioner yang kembali sebanyak 100 kuisisioner (100%), total kuisisioner yang tidak dapat diolah sebanyak 0. Berdasarkan hal tersebut, maka total kuisisioner yang dapat diolah dan dianalisis lebih lanjut untuk penelitian ini adalah sebanyak 100 kuisisioner.

Tabel 4.1
Hasil Penyebaran Kuisisioner

Keterangan	Jumlah
Kuisisioner yang disebar	100
Kuisisioner yang kembali	100
Kuisisioner yang tidak dapat diolah	0
Kuisisioner yang dapat diolah	100

C. Analisis karakteristik responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di kabupaten Bantul. Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai responden. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai obyek penelitian.

Karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran responden, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda beranggapan sama ataukah tidak. Adapun karakteristik responden didasarkan pada 4 kriteria atau profil responden yaitu dilihat berdasarkan pengalaman bertransaksi responden, jenis kelamin, usia responden, dan pekerjaan responden. Gambaran umum objek penelitian tersebut satu persatu dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pengalaman Responden Bertransaksi di BRI Syariah

Tabel 4.2
Pengalaman Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Pernah	31	31%
Belum Pernah	69	69%
Total	100	100

Sumber : Data Primer diolah 2017

b. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3

Jenis Kelamin Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Laki-laki	53	53%
Perempuan	47	47 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer diolah 2017

Dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini ditunjukkan oleh tabel jenis kelamin diatas bahwa komposisi laki-laki dan perempuan berbeda yakni laki-laki dengan jumlah 53 orang atau 53% dan sisanya perempuan dengan jumlah 47 orang atau 47%. Hal ini berarti bahwa masyarakat yang menjadi responden didominasi oleh kaum laki-laki.

c. Usia Responden

Tabel 4.4

Usia Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase
17-20 Tahun	6	6 %
21-29 Tahun	52	52%
30-39Tahun	14	14 %
40-49 Tahun	23	23 %
>50 Tahun	5	5%
Total	80	100 %

Sumber : Data Primer diolah 2017

Berdasarkan tabel usia di atas menunjukkan kelompok usia masyarakat di Kabupaten Bantul yang menjadi responden yang berjumlah total 100 orang, dapat dilihat yaitu responden yang berusia 17-20 Tahun sebanyak 6 orang, responden yang berusia 21-29 Tahun sebanyak 52 orang, responden yang berusia 30-39 Tahun

sebanyak 14 orang, responden yang berusia 40-49 Tahun sebanyak 23 orang dan responden usia > 50 Tahun sebanyak 5 orang.

d. Pekerjaan Responden

Tabel 4.5
Pekerjaan Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	34	34 %
PNS	4	4%
Wiraswasta/Pedagang	17	17 %
Pegawai Swasta	20	20 %
Lain-lain	25	25%
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer diolah 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas memperlihatkan bahwa pekerjaan masyarakat di Kabupaten Bantul yang menjadi responden, sebagian besar adalah mahasiswa yaitu sebanyak 34 orang, PNS sebanyak 4 orang, wiraswasta/pedagang sebanyak 17, Pegawai Swasta sebanyak 20orang, dan lainnya sebanyak 25 orang.

D. Uji Validitas Instrument

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya instrument, sehingga dapat dikatakan tepat atau tidaknya instrument dalam penelitian ini. Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang

terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2014:137).

Pada penelitian ini uji validitas diukur melalui uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $100-2$ atau $df = 98$ dengan α 0,05 didapat r tabel sebesar 0,1966. Jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pernyataan dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Adapun hasil pengujian validitas dinyatakan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pernyataan	corrected item total correlation	r tabel	Keterangan
Tingkat	Pernyataan 1	0.572	0.1966	Valid
Pengetahuan	Pernyataan 2	0.447	0.1966	Valid
Tentang	Pernyataan 3	0.504	0.1966	Valid
Produk	Pernyataan 4	0.720	0.1966	Valid
(X1)	Pernyataan 5	0.376	0.1966	Valid
	Pernyataan 6	0.453	0.1966	Valid

Citra	Pernyataan 1	0.337	0.1966	Valid
Perusahaan	Pernyataan 2	0.502	0.1966	Valid
(X2)	Pernyataan 3	0.638	0.1966	Valid
	Pernyataan 4	0.530	0.1966	Valid
	Pernyataan 5	0.608	0.1966	Valid
	Pernyataan 6	0.431	0.1966	Valid
	Pernyataan 7	0.327	0.1966	Valid
Lokasi	Pernyataan 1	0.551	0.1966	Valid
(X3)	Pernyataan 2	0.503	0.1966	Valid
	Pernyataan 3	0.552	0.1966	Valid
	Pernyataan 4	0.561	0.1966	Valid
	Pernyataan 5	0.521	0.1966	Valid
Minat	Pernyataan 1	0.657	0.1966	Valid
Melakukan	Pernyataan 2	0.686	0.1966	Valid
Transaksi	Pernyataan 3	0.552	0.1966	Valid
(Y)	Pernyataan 4	0.559	0.1966	Valid
	Pernyataan 5	0.606	0.1966	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r hitung $>$ r tabel (0.1966) dan bernilai positif. Dengan demikian semua butir pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

E. Uji Reliabilitas Instrument

Uji reliabilitas ini digunakan untuk melihat *reliable* atau tidaknya suatu instrument pernyataan. Penelitian dikatakan *reliable* jika terdapat kesamaan data dalam jangka waktu yang berbeda (Sugiyono,2012:348).

Untuk mengukur realibilitas salah satunya dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,6$. Hasil perhitungan uji reliabilitas lebih lengkap dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
X₁	6 item pernyataan	0.723	Reliabel
X₂	7 item pernyataan	0.727	Reliabel
X₃	5 item pernyataan	0.706	Reliabel
Y	5 item pernyataan	0.749	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah 2017

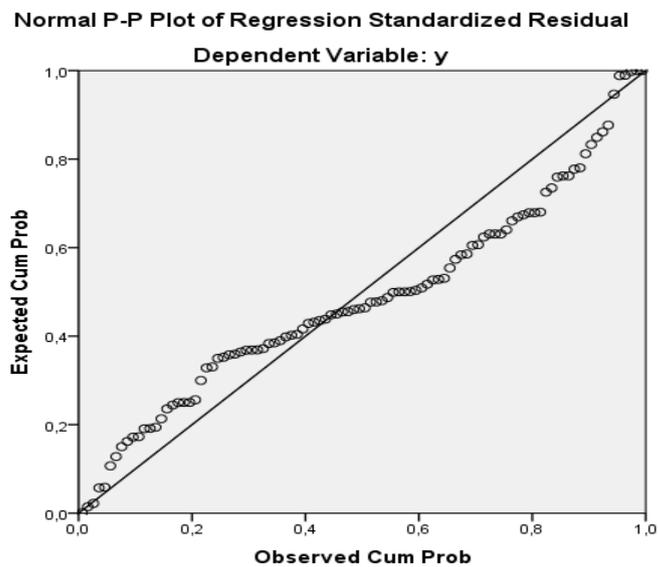
Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar 0,60. Dengan demikian variabel tingkat pengetahuan tentang produk, citra perusahaan dan lokasi terhadap Minat melakukan transaksi di BRI Syariah dapat dikatakan reliabel.

F. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dipergunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan *plotting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Apabila distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya.

Berikut ini adalah gambar hasil uji normalitas (grafik histogram) dalam penelitian ini.



Sumber : Data Primer diolah 2017

Gambar 4.1

Hasil Pengujian Normalitas

Berdasarkan hasil diatas dengan menggunakan *normal probability plots* menunjukkan bahwa data yang diteliti berdistribusi normal karena titik-titik yang ada di gambar mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna. Model regresi yang baik tidak mensyaratkan adanya multikolinearitas. Dampak yang diakibatkan dengan adanya multikolinearitas adalah nilai *standar error* untuk masing-masing koefisien menjadi tinggi sehingga *t* hitung menjadi rendah, *standar error of estimate* akan semakin tinggi dengan bertambahnya variabel independen, dan pengaruh masing-masing sulit di deteksi.

Untuk melihat ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Semakin kecil nilai *tolerance* dan semakin besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Dalam banyak penelitian menyebutkan bahwa jika

tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Dari tabel koefisien dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pada seluruh variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 sehingga pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Multikolinearitas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1	0.899	1.112
X2	0.884	1.132
X3	0.961	1.041

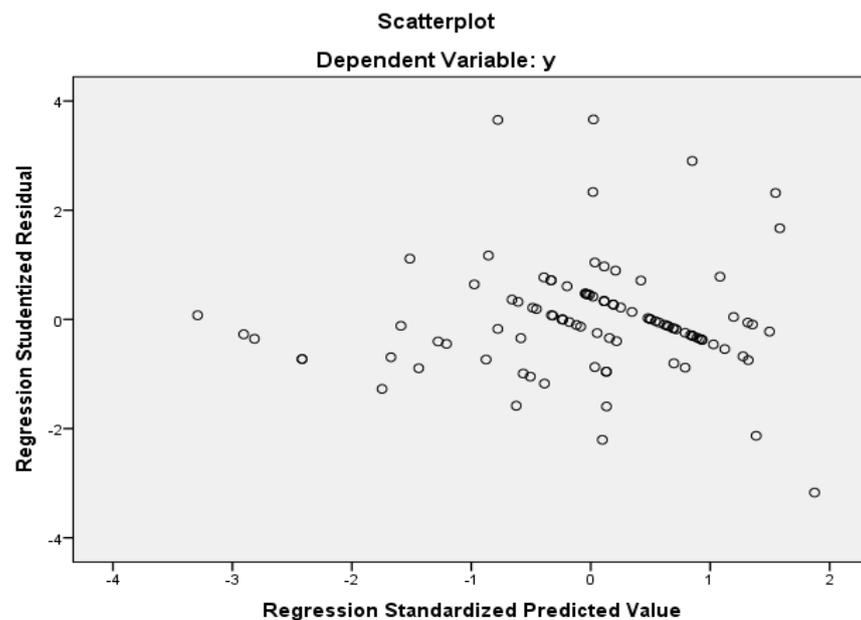
Sumber : Data Primer diolah 2017

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* antar variabel independen dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka itu yang dinamakan dengan homoskedastisitas dan jika berbeda

dinamakan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai X dan Y. Hasil pengujian uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel berikut ini :



Sumber : Data Primer diolah 2017

Gambar 4.2

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa terdapat pola yang jelas serta titik yang menyebar di atas dan di bawah

angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

d. Uji Linieritas

Tabel 4.9

H
o

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
minat * lokasi	(Combined)		99,380	10	12,038	3,579	,001
	Between	Linearity	70,647	1	70,647	21,002	,003
	Groups	Deviation from Linearity	49,733	9	5,526	1,643	,079
	Within Groups		299,380	89	3,364		
	Total		410,760	99			

n

Linieritas

Sumber : Data Primer diolah 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada lineariti sebesar 0,003. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat

disimpulkan bahwa antara variabel tingkat pengetahuan tentang produk, citra perusahaan dan lokasi terdapat hubungan yang linear.

G. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh yang ditimbulkan antar variabel bebas dan variabel terikat. Penggunaan teknik analisis ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara beberapa variabel bebas dengan variabel terikat. Hubungan antar variabel dapat dinyatakan dengan model analisis berikut ini:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3$$

Tabel 4.10

Rangkuman Hasil Analisis X_1 , X_2 , X_3 , dan terhadap Y

Variabel	Koefisien Regresi (β)	t_{hitung}	Sig
Variabel tingkat pengetahuan tentang produk (X_1)	0,393	4,904	0,000
Variabel citra perusahaan (X_2)	0,207	2,777	0,007
Variabel lokasi (X_3)	0,313	4,031	0,000
Konstanta	1,842	0,941	0,000
F sig = 0,000			
R = 0,654			
R² = 0,428			
Adjusted R² = 0,410			

Sumber : Data Primer diolah 2017

Hasil analisis pada tabel diatas dapat dituliskan dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3$$

$$Y = 1,842 + 0,393 \cdot X_1 + 0,207 \cdot X_2 + 0,313 \cdot X_3$$

Persamaan regresi linier diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 1,842; artinya jika tingkat pengetahuan tentang produk (X1), citra perusahaan (X2), dan Lokasi (X3) nilainya adalah 0, maka minat dalam melakukan transaksi nilainya adalah 1,842
- b. Koefisien regresi variabel tingkat pengetahuan tentang produk (X1), citra perusahaan (X2) dan lokasi (X3) sebesar 0,393 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap, dan tingkat pengetahuan tentang produk mengalami kenaikan satu-satuan maka minat dalam melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,393. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara tingkat pengetahuan tentang produk dengan minat melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul.
- c. Koefisien regresi variabel citra perusahaan (X2) sebesar 0,207 artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan citra perusahaan mengalami kenaikan satu-satuan maka nilai minat dalam melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,207. Koefisien bernilai

positif artinya terjadi hubungan positif antara citra perusahaan dengan minat dalam bertransaksi di BRI Syariah KC Bantul, semakin baik citra perusahaan maka semakin meningkat minat bertransaksi.

- d. Koefisien regresi variabel lokasi (X_3) sebesar 0,313 artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan lokasi mengalami kenaikan satu-satuan maka nilai minat dalam melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,313. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara citra perusahaan dengan minat dalam bertransaksi di BRI Syariah KC Bantul, semakin strategisnya lokasi maka semakin meningkat minat bertransaksi.

2. Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t dilakukan untuk menguji secara parsial apakah variabel bebas yang terdiri dari tingkat pengetahuan tentang produk, citra perusahaan dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul.

Hasil Uji-t tersebut dijelaskan dalam pada tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.11

Hasil Uji-t

Variabel	Koefisien Regresi (β)	t_{hitung}	Sig
Variabel Pengetahuan tentang produk (X_1)	0,393	4,904	0,000
Variabel Citra Perusahaan (X_2)	0,207	2,777	0,007
Variabel Lokasi (X_3)	0,313	4,031	0,000

Sumber : Data Primer diolah 2017

Berdasarkan tabel di atas pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Tingkat Pengetahuan Tentang Produk

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabeltingkat pengetahuan tentang produk memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dengan nilai koefisien beta (β) sebesar 0,393 dan sig sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 dapat diterima, yang berarti pengetahuan tentang produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul.

2) Citra Perusahaan

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,007 < 0,05$) dengan nilai koefisien beta (β) sebesar 0,207 dan sig sebesar 0,007. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 dapat diterima, yang berarti citra perusahaan berpengaruh positif dan

signifikan secara parsial terhadap minat melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul.

3) Lokasi

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dengan nilai koefisien beta (β) sebesar 0,313 dan sig sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 dapat diterima, yang berarti lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul.

3.Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk melihat hubungan antar variabel, untuk melihat apakah variabel tingkat pengetahuan tentang produk, citra perusahaan dan lokasi bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul.

Dari hasil olahan data diperoleh nilai F hitung yang menunjukkan bahwa hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai f hitung 23,901 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Kriteria penerimaan hipotesis yaitu H_0 ditolak apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau 5% dan H_0 diterima apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau 5%. Dari uji F di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau 5% yaitu 0,000

sehingga dapat dikatakan bahwa variabel tingkat pengetahuan tentang produk, citra perusahaan dan lokasi bersama-sama berpengaruh terhadap minat melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	179,473	3	59,824	23,901	0,000
Residual	240,287	96	2,503		
Total	419,760	99			

Sumber : Data Primer diolah 2017

4. Pengujian Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Koefisien determinasi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,410 itu artinya tingkat pengetahuan tentang produk, citra perusahaan dan lokasi mempengaruhi terhadap minat melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul sebesar 41.0% dan sisanya 59,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi yang dijelaskan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.13

Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R²	<i>Adjusted R²</i>
----------	----------------------	--------------------------------------

0.654	0.428	0.410
--------------	-------	-------

Sumber : Data Primer diolah 2017

H. Pembahasan Hasil Penelitian

BRI Syariah KC Bantul adalah salah satu bank syariah yang telah berdiri selama 5 tahun. Didalam penelitian ini penulis menyoroti tiga variabel bebas yang diduga berpengaruh besar terhadap minat dalam melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah tingkat pengetahuan tentang produk, citra perusahaan dan lokasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis hubungan antar variabel, serta menguji secara simultan.

Pada hipotesis 1 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara tingkat pengetahuan tentang produk terhadap minat dalam melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul. Pada Uji t diketahui nilai t_{hitung} (4,904) $>$ t_{tabel} (1,660). Hasil Uji t yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dalam penelitian ini diketahui adanya pengaruh antara tingkat pengetahuan tentang produk terhadap minat melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul secara positif. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya tingkat pengetahuan terhadap produk-produk yang ditawarkan memberikan dampak pada meningkatnya minat dalam melakukan transaksi. Pengetahuan tentang produk penting bagi nasabah atau calon nasabah, untuk mengetahui berbagai macam produk serta manfaat dari masing-masing produk tersebut agar sesuai kebutuhannya.

Penerapan BRI Syariah KC Bantul saat ini dalam meningkatkan pengetahuan tentang produk yang ditawarkan sangat dibutuhkan untuk menggali minat calon nasabah, salah satunya melalui iklan-iklan di media yang menampilkan produk-produk BRI Syariah, serta memberikan pengertian tentang akad-akad pada setiap produk yang ditawarkan. Produk-produk inovatif yang di tawarkan BRI Syariah dapat memenuhi kebutuhan bertransaksi masyarakat, salah satunya produk tabungan haji, simpanan pelajar, KPR syariah, pembiayaan umrah dan masih banyak lagi.

Nasabah yang telah paham dengan produk-produk yang ditawarkan perbankan dan mau menggunakan produk secara berkelanjutan dan akan memberikan dampak positif kepada perbankan, mengingat nasabah akan cenderung merekomendasikan kepada keluarga atau saudara terdekat.

Kesimpulan hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Firman Yulianto, 2010:547) yang menyatakan bahwa hasil analisis yang didapati bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen pengetahuan produk mempengaruhi pertimbangan nasabah dalam memilih bank syariah. Hal ini disebabkan karena produk yang ditawarkan oleh bank syariah cukup inovatif yaitu dengan produk yang memiliki kegunaan dan kurang lebih sama dengan bank konvensional pada umumnya tetapi lebih dikemas dalam bentuk yang berbeda yang disesuaikan dengan syariah dan menggunakan prinsip-prinsip islam sehingga tidak langsung menarik perhatian konsumen yang mayoritas masyarakat muslim untuk mau mengadopsi produk dan jasa perbankan syariah tersebut.

Pada hipotesis 2 dalam menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara citra perusahaan terhadap minat dalam melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul. Pada Uji t diketahui nilai $t_{hitung} (2,777) > t_{tabel} (1,660)$. Hasil Uji t yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dalam penelitian ini diketahui adanya pengaruh antara citra perusahaan terhadap minat melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul. Hal ini menunjukkan bahwa citra perusahaan yang baik akan menimbulkan minat bagi nasabah dan calon nasabah.

Citra perusahaan yang baik sangat diperhatikan oleh BRI Syariah KC Bantul, karena dengan adanya citra perusahaan yang baik maka nasabah dan calon nasabah akan senantiasa percaya pada BRI Syariah KC Bantul. Salah satu upaya mempertahankan citra perusahaan dapat dilakukan dengan ikut serta bertanggung jawab dalam bidang sosial atau *Corporate Social Responsibility* terhadap masyarakat dan lingkungan, sebagai salah satu contoh CSR yang pernah dilakukan oleh BRI Syariah KC Bantul seperti, BRI Syariah dalam kegiatan bakti sosial yang bertujuan meningkatkan kualitas kesehatan bagi keluarga yang kurang mampu, BRI Syariah dalam program *Zakat Community Development* di desa Srimartani Kecamatan Piyungan Bantul dengan meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat desa dengan berdirinya Rumah Pintar BAZNAS, serta BRI Syariah dalam memberikan peralatan kebersihan dan karpet masjid di dusun Melikan Lor Bantul.

BRI Syariah KC Bantul juga telah memiliki nama besar yang baik di mata masyarakat dilihat dari kinerja BRI Syariah dalam memberikan pelayanan yang memuaskan serta menjamin keamanan transaksi semua nasabahnya. Dalam hal ini karyawan BRI Syariah telah menjalankan etika profesi dalam bekerja, salah satu contoh etika profesi yang dijalankan karyawan BRI Syariah KC Bantul yaitu dengan memiliki sikap dan perilaku yang baik dan sopan saat melayami nasabah atau calon nasabah, berpenampilan yang rapi dan sopan sesuai dengan ketentuann syariah, menyambut nasabah atau calon nasabah dengan lembut (tidak bernada kasar) dan sopan, jujur dan disiplin dalam bertugas melayani, serta bersifat profesional dalam mencatat dan pelaporan setiap pekerjaan yang dilakukan. Selain itu karakteristik yang dimiliki BRI Syariah juga menjadi salah satu gambaran sebagai citra perusahaan yang baik, karakter yang dimiliki BRI Syariah salah satunya logo dan slogan yang menarik yang dapat membedakan BRI Syariah dengan bank syariah yang lain, seperti arti logo yang dimiliki BRI Syariah logo yang digunakan menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern seperti ini, serta slogan yang dimiliki juga menarik seperti “BRI Syariah, kita berkembang bersama”, tidak hanya itu saja karakteristik BRI Syariah juga dapat dilihat dari segi bangunan kantor dan aksesoris yang dimiliki BRI Syariah juga berbeda dengan bank syariah lainnya seperti warna cat bangunan yang BRI Syariah yang

didominasi warna biru dan putih seperti warna logo BRI Syariah yang berwarna biru dan putih.

Citra perusahaan dinilai penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan atau penilaian yang terbentuk di benak masyarakat. Salah satu strategi agar suatu perusahaan mampu bersaing yaitu dengan membangun dan mempertahankan citra perusahaan yang baik dimata khalayak publik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Yusrina, 2013:212) yang menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik penilaian nasabah terhadap citra perusahaan, semakin tinggi pula kepercayaan nasabah terhadap perusahaan tersebut.

Pada hipotesis 3 dalam menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara lokasi terhadap minat dalam melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul. Pada Uji t diketahui nilai t_{hitung} (4,031) > t_{tabel} (1,660). Hasil Uji t yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dalam penelitian ini diketahui adanya pengaruh antara lokasi terhadap minat melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi berdirinya bank ternyata memberikan dampak pada minat transaksi nasabah atau calon nasabah. Lokasi yang strategis, mudah diakses, dekat dengan pemukiman penduduk serta keamanan lingkungan sekitar kantor merupakan faktor penting yang dapat

meningkatkan minat nasabah atau calon nasabah dalam melakukan transaksi di bank.

Penerapan BRI Syariah KC Bantul dalam pemilihan lokasi dapat dilihat dari lokasi kantor BRI Syariah KC Bantul sendiri telah berada pada lokasi yang strategis yaitu berada pada jalan utama Bantul kota, dan dekat dengan pusat keramaian seperti pasar tradisional Pasar Bantul, tempat berbelanja Purnama dan gedung gedung perkantoran. Lokasi BRI Syariah mudah diakses hal ini dapat dilihat dari jalan menuju lokasi kantor BRI Syariah KC Bantul dapat dicapai menggunakan kendaraan umum seperti bus dan kendaraan pribadi. Selain itu lokasi yang dekat dengan pemukiman penduduk dapat dilihat dari banyaknya pemukiman penduduk di area lokasi berdirinyakantor BRI Syariah KC Bantul dan termasuk berada di lingkungan yang aman karena tidak jauh dari kantor kepolisian.

Kesimpulan hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Pratiwi dan Haroni, 2012:68) menunjukkan bahwa variabel lokasi sangat mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Kedekatan lokasi dengan tempat kegiatan serta pemukiman penduduk dan kemudahan dalam menjangkau lokasi bank terlihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap kedekatan lokasi bank.

Hasil dari hipotesis 4 yaitu pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Pada variabel tingkat pengetahuan tentang produk,

citra perusahaan dan lokasi mempunyai nilai F sebesar 23,901 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa uji ini menjawab hipotesis dimana H_0 ditolak apabila nilai signifikansi kurang dari 0,005, sehingga antara tingkat pengetahuan tentang produk, citra perusahaan dan lokasi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat melakukan transaksi pada BRI Syariah KC Bantul. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan tentang produk, citra perusahaan dan lokasi yang dilakukan secara bersama-sama (simultan) dapat meningkatkan minat masyarakat di Kabupaten Bantul dalam melakukan transaksi di BRI Syariah KC Bantul.

Sesuai dengan pendapat nasabah atau calon nasabah banyak yang mengatakan bahwa mereka berminat membuka rekening di BRI Syariah atas sebagai langkah awal bertransaksi untuk memenuhi keperluan, selain itu sebagian nasabah yang pernah bertransaksi di BRI Syariah KC Bantul cenderung akan merekomendasikan kepada keluarga dan orang-orang terdekat demi kemudahan bertransaksi hal ini dapat dilihat dalam kesetiaan nasabah untuk kembali membeli, bertahan pada produk, memberikan informasi dan merekomendasikan produk kepada keluarga atau orang-orang terdekatnya.