

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1. Uji Kualitas Data

##### 5.1.1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas alat ukur atau instrumen digunakan korelasi product moment. Suatu instrumen dikatakan valid, jika  $r$  hitung di atas  $r$  tabel. Hasil uji validitas dapat dirangkum sebagai berikut :

**Tabel 5. 1 Hasil Uji Validitas**

Variabel Penelitian	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Produk (X1)	X1.1	0.848	0.2352	Valid
	X1.2	0.877	0.2352	Valid
	X1.3	0.860	0.2352	Valid
	X1.4	0.832	0.2352	Valid
	X1.5	0.841	0.2352	Valid
Harga (X2)	X2.1	0.919	0.2352	Valid
	X2.2	0.943	0.2352	Valid
	X2.3	0.938	0.2352	Valid
	X2.4	0.942	0.2352	Valid
	X2.5	0.908	0.2352	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0.742	0.2352	Valid
	X3.2	0.829	0.2352	Valid
	X3.3	0.804	0.2352	Valid
	X3.4	0.815	0.2352	Valid
	X3.5	0.732	0.2352	Valid
Promosi (X4)	X4.1	0.846	0.2352	Valid
	X4.2	0.911	0.2352	Valid
	X4.3	0.901	0.2352	Valid
	X4.4	0.847	0.2352	Valid
	X4.5	0.662	0.2352	Valid
Orang (X5)	X5.1	0.847	0.2352	Valid

	X5.2	0.940	0.2352	Valid
	X5.3	0.962	0.2352	Valid
	X5.4	0.947	0.2352	Valid
	X5.5	0.900	0.2352	Valid
Proses (X6)				
	X6.1	0.800	0.2352	Valid
	X6.2	0.949	0.2352	Valid
	X6.3	0.935	0.2352	Valid
	X6.4	0.902	0.2352	Valid
	X6.5	0.796	0.2352	Valid
Bukti Fisik (X7)				
	X7.1	0.932	0.2352	Valid
	X7.2	0.942	0.2352	Valid
	X7.3	0.906	0.2352	Valid
	X7.4	0.925	0.2352	Valid
	X7.5	0.886	0.2352	Valid
Kejujuran (X8)				
	X8.1	0.761	0.2352	Valid
	X8.2	0.846	0.2352	Valid
	X8.3	0.758	0.2352	Valid
	X8.4	0.772	0.2352	Valid
	X8.5	0.817	0.2352	Valid
Kesabaran (X9)				
	X9.1	0.843	0.2352	Valid
	X9.2	0.838	0.2352	Valid
	X9.3	0.889	0.2352	Valid
	X9.4	0.880	0.2352	Valid
	X9.5	0.828	0.2352	Valid
Keputusan (Y)				
	Y1	0.682	0.2352	Valid
	Y2	0.803	0.2352	Valid
	Y3	0.710	0.2352	Valid
	Y4	0.616	0.2352	Valid
	Y5	0.576	0.2352	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 5.6, dapat diketahui bahwa besar  $r$  hitung dari seluruh pernyataan kuesioner, nilainya di atas  $r$  tabel (0.2352), dengan demikian seluruh pernyataan kuesioner adalah valid.

### 5.1.2. Uji Reliabilitas

Pengujian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Hasil uji Reliabilitas dapat dirangkum sebagai berikut :

**Tabel 5. 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien <i>Crobach Alpha</i>	Nilai Batas Minimum	Total Item	Keterangan
Produk (X1)	0.905	0,6	5	Reliabel
Harga (X2)	0.960	0,6	5	Reliabel
Lokasi (X3)	0.841	0,6	5	Reliabel
Promosi (X4)	0.892	0,6	5	Reliabel
Orang (X5)	0.954	0,6	5	Reliabel
Proses (X6)	0.925	0,6	5	Reliabel
Bukti Fisik (X7)	0.953	0,6	5	Reliabel
Kejujuran (X8)	0.849	0,6	5	Reliabel
Kesabaran (X9)	0.908	0,6	5	Reliabel
Keputusan (Y)	0.697	0,6	5	Reliabel

*Sumber : Data Primer diolah, 2024*

Berdasarkan Tabel 5.7, dapat diketahui bahwa Koefisien *Crobach Alpha* dari seluruh variabel, nilainya di atas nilai batas minimum (0,6), dengan demikian pernyataan pada kuesioner adalah reliabel.

## 5.2. Analisis Deskriptif

### 5.2.1. Variabel Produk (X1)

Produk merupakan sesuatu yang dapat dijadikan sebagai penawaran pasar dan dapat dikenali, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memuaskan keperluan konsumen (Kotler & Armstrong, 2018).

**Tabel 5. 3 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden berdasarkan Variabel Produk (X1)**

Variabel Produk	Skor Jawaban					Skor
	SS	S	KS	TS	STS	
X1.1	29	30	6	2	3	290
<b>Bobot nilai</b>	145	120	18	4	3	
X1.2	32	25	9	0	4	291
<b>Bobot nilai</b>	160	100	27	0	4	
X1.3	32	23	11	2	2	291
<b>Bobot nilai</b>	160	92	33	4	2	
X1.4	32	26	8	2	2	294
<b>Bobot nilai</b>	160	104	24	4	2	
X1.5	29	29	9	1	2	292
<b>Bobot nilai</b>	145	116	27	2	2	
<b>Total skor</b>						<b>1.458</b>
<b>Skor tertinggi</b>						<b>294</b>
<b>Skor terendah</b>						<b>290</b>
<b>Kriteria penilaian</b>						<b>Baik</b>

*Sumber: Data Olahan, 2024*

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada pernyataan yaitu (X1.4) dengan skor sebanyak 294, dan yang paling rendah berada pada pernyataan yaitu (X1.1) dengan skor sebanyak 290.

Berdasarkan data pada tabel 5.3 hasil skor total untuk variabel produk adalah sebesar 1.458. Dilihat dari tabel 3.4 pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.470 – 1.190 yang termasuk dalam kategori baik.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang merespon baik karena mereka sudah memiliki kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman positif dan keyakinan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka, sehingga mereka merasa aman dan nyaman menggunakan layanan yang disediakan oleh Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

### 5.2.2. Variabel Harga (X2)

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu barang atau jasa; itu mewakili nilai yang ditempatkan konsumen dalam menerima atau menggunakan barang atau jasa (Kotler & Armstrong, 2018).

**Tabel 5. 3 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Harga (X2)**

Variabel Produk	Skor Jawaban					Skor
	SS	S	KS	TS	STS	
X2.1	40	24	4	0	2	310
<b>Bobot nilai</b>	200	96	12	0	2	
X2.2	38	26	4	0	2	308
<b>Bobot nilai</b>	190	104	12	0	2	
X2.3	38	24	6	0	2	306
<b>Bobot nilai</b>	190	96	18	0	2	
X2.4	38	20	8	0	2	306
<b>Bobot nilai</b>	200	80	24	0	2	
X2.5	40	18	9	1	2	303
<b>Bobot nilai</b>	200	72	27	2	2	
<b>Total skor</b>						<b>1.533</b>
<b>Skor tertinggi</b>						<b>310</b>
<b>Skor terendah</b>						<b>303</b>
<b>Kriteria penilaian</b>						<b>Sangat Baik</b>

*Sumber: Data Olahan, 2024*

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada pernyataan yaitu (X2.1) dengan skor sebanyak 310, dan yang paling rendah berada pada pernyataan yaitu (X2.5) dengan skor sebanyak 303.

Berdasarkan data pada tabel 5.4 hasil skor total untuk variabel harga adalah sebesar 1.533. Dilihat dari tabel 3.4 pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.750 – 1.470 yang termasuk dalam kategori sangat baik.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang merespon sangat baik karena mereka sudah memiliki kepercayaan

terhadap produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman positif dan keyakinan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka, sehingga mereka merasa aman dan nyaman menggunakan layanan yang disediakan oleh Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang

### 5.2.3. Variabel Lokasi (X3)

Menurut Budi dalam Ramadhan (2020), *lokasi* identik dengan lokasi dan saluran distribusi. Saluran distribusi merupakan keputusan penting dalam pemasaran karena akan memengaruhi keputusan pemasaran lainnya.

**Tabel 5. 5 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Lokasi (X3)**

Variabel Produk	Skor Jawaban					Skor
	SS	S	KS	TS	STS	
X3.1	20	25	20	3	2	268
<b>Bobot nilai</b>	100	100	60	6	2	
X3.2	23	3	4	3	2	287
<b>Bobot nilai</b>	115	152	12	6	2	
X3.3	19	24	19	6	2	262
<b>Bobot nilai</b>	95	96	57	12	2	
X3.4	24	39	2	3	2	290
<b>Bobot nilai</b>	120	156	6	6	2	
X3.5	34	27	2	5	2	296
<b>Bobot nilai</b>	170	108	6	10	2	
<b>Total skor</b>						<b>1.403</b>
<b>Skor tertinggi</b>						<b>296</b>
<b>Skor terendah</b>						<b>262</b>
<b>Kriteria penilaian</b>						<b>Baik</b>

*Sumber: Data Olahan, 2024*

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada pernyataan yaitu (X3.5) dengan skor sebanyak 296, dan yang paling rendah berada pada pernyataan yaitu (X3.3) dengan skor sebanyak 262.

Berdasarkan data pada tabel 5.5 hasil skor total untuk variabel lokasi adalah sebesar 1.403. Dilihat dari tabel 3.4 pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.470 – 1.190 yang termasuk dalam kategori baik.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang merespon sangat baik karena mereka sudah memiliki kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman positif dan keyakinan bahwa lokasi Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka, sehingga mereka merasa aman dan nyaman menggunakan layanan yang disediakan oleh Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

#### 5.2.4. Variabel Promosi (X4)

Promosi dalam Islam memiliki ciri mengedepankan akhlak dan tidak melakukan penipuan. Akhlak yang baik dapat dicerminkan dengan berkata jujur dalam melakukan promosi. Pemasar juga harus menjelaskan kekurangan yang terdapat pada produknya. Perkataan yang berlebihan dalam melakukan pemasaran menyebabkan konsumen kemudian merasa ditipu karena didapat produk yang tidak sesuai dengan promosinya (Damayanti, 2022).

**Tabel 5. 6 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Promosi (X4)**

Variabel Produk	Skor Jawaban					Skor
	SS	S	KS	TS	STS	
X4.1	21	37	10	0	2	285
<b>Bobot nilai</b>	105	148	30	0	2	
X4.2	26	30	12	0	2	288
<b>Bobot nilai</b>	130	120	36	0	2	
X4.3	25	30	13	0	2	286
<b>Bobot nilai</b>	125	120	39	0	2	
X4.4	27	30	11	0	2	290
<b>Bobot nilai</b>	135	120	33	0	2	
X4.5	26	39	2	1	2	296
<b>Bobot nilai</b>	130	156	6	2	2	

<b>Total skor</b>	<b>1.445</b>
<b>Skor tertinggi</b>	<b>296</b>
<b>Skor terendah</b>	<b>285</b>
<b>Kriteria penilaian</b>	<b>Baik</b>

*Sumber: Data Olahan, 2024*

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada pernyataan yaitu (X4.5) dengan skor sebanyak 296, dan yang paling rendah berada pada pernyataan yaitu (X4.1) dengan skor sebanyak 285.

Berdasarkan data pada tabel 5.6 hasil skor total untuk variabel promosi adalah sebesar 1.445. Dilihat dari tabel 3.4 pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.470 – 1.190 yang termasuk dalam kategori baik.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang merespon baik karena mereka sudah memiliki kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan oleh bank tersebut. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman positif dan keyakinan bahwa lokasi Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka, sehingga mereka merasa aman dan nyaman menggunakan layanan yang disediakan oleh Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

#### **5.2.5. Variabel Orang (X5)**

Karyawan harus sabar, jujur, adil, dan bertanggung jawab. Islam menekankan penilaian independen karyawan di pihak pelanggan; berpikir rasional saat membuat keputusan yang berkaitan dengan pemasaran adalah prasyarat dalam hukum Islam. Selain itu, sikap santun dan ramah juga harus dimiliki oleh karyawan (Abuznaid, 2012).

**Tabel 5. 7 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Orang (X5)**

Variabel Produk	Skor Jawaban					Skor
	SS	S	KS	TS	STS	
X5.1	31	26	9	2	2	292
<b>Bob.2ot nilai</b>	155	104	27	4	2	
X5.2	40	21	5	2	2	305

<b>Bobot nilai</b>	200	84	15	4	2	
X5.3	40	22	4	2	2	306
<b>Bobot nilai</b>	200	88	12	4	2	
X5.4	37	22	7	2	2	300
<b>Bobot nilai</b>	185	88	21	4	2	
X5.5	31	29	6	2	2	295
<b>Bobot nilai</b>	155	116	18	4	2	
<b>Total skor</b>						<b>1.498</b>
<b>Skor tertinggi</b>						<b>306</b>
<b>Skor terendah</b>						<b>292</b>
<b>Kriteria penilaian</b>						<b>Sangat Baik</b>

*Sumber: Data Olahan, 2024*

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada pernyataan yaitu (X5.3) dengan skor sebanyak 306, dan yang paling rendah berada pada pernyataan yaitu (X5.1) dengan skor sebanyak 292.

Berdasarkan data pada tabel 5.7 hasil skor total untuk variabel orang adalah sebesar 1.498. Dilihat dari tabel 3.4 pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.750 – 1.470 yang termasuk dalam kategori sangat baik.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang merespon sangat baik karena mereka sudah memiliki kepercayaan terhadap karyawan bank tersebut. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman positif dan keyakinan bahwa karyawan Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang sopan dan ramah, sehingga mereka merasa aman dan nyaman menggunakan layanan yang disediakan oleh Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

#### **5.2.6. Variabel Proses (X6)**

Proses menurut Kotler dan Armstrong (2018) mendefinisikan proses sebagai keseluruhan prosedur, mekanisme, dan kebiasaan di mana sebuah produk atau jasa diciptakan dan disampaikan ke pelanggan, termasuk keputusan kebijaksanaan mengenai keterlibatan pelanggan dan persoalan keleluasaan karyawan.

**Tabel 5. 8 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Proses (X1)**

Variabel Produk	Skor Jawaban					Skor
	SS	S	KS	TS	STS	
X6.1	16	31	15	5	3	262
<b>Bobot nilai</b>	80	124	45	10	3	
X6.2	23	28	11	5	3	273
<b>Bobot nilai</b>	115	112	33	10	3	
X6.3	23	28	13	4	3	272
<b>Bobot nilai</b>	110	112	39	8	3	
X6.4	22	28	13	3	2	273
<b>Bobot nilai</b>	90	136	39	6	2	
X6.5	17	35	12	4	2	271
<b>Bobot nilai</b>	85	140	36	8	2	
<b>Total skor</b>						<b>1.351</b>
<b>Skor tertinggi</b>						<b>273</b>
<b>Skor terendah</b>						<b>262</b>
<b>Kriteria penilaian</b>						<b>Baik</b>

*Sumber: Data Olahan, 2024*

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada pernyataan yaitu (X6.4) dengan skor sebanyak 273, dan yang paling rendah berada pada pernyataan yaitu (X6.1) dengan skor sebanyak 262.

Berdasarkan data pada tabel 5.8 hasil skor total untuk variabel proses adalah sebesar 1.351. Dilihat dari tabel 3.4 pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.470 – 1.190 yang termasuk dalam kategori baik.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang merespon baik karena mereka sudah memiliki kepercayaan terhadap proses bank tersebut. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman positif dan keyakinan bahwa proses di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang cepat dan

sesuai, sehingga mereka merasa aman dan nyaman menggunakan layanan yang disediakan oleh Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

### 5.2.7. Variabel Bukti Fisik (X7)

Bukti Fisik merupakan lingkungan di mana suatu perusahaan memberikan layanannya dan lokasi di mana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen, serta berbagi komponen yang tampak (*tangible*) dalam menunjang kinerja dan kelancaran pelayanan (Damayanti, 2022).

**Tabel 5. 9 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Bukti Fisik (X7)**

Variabel Produk	Skor Jawaban					Skor
	SS	S	KS	TS	STS	
X7.1	21	33	13	1	2	280
<b>Bobot nilai</b>	105	132	39	2	2	
X7.2	32	31	15	1	2	278
<b>Bobot nilai</b>	105	124	45	2	2	
X7.3	19	32	16	1	2	275
<b>Bobot nilai</b>	95	128	48	2	2	
X7.4	19	32	16	1	2	275
<b>Bobot nilai</b>	95	128	48	2	2	
X7.5	23	33	11	1	2	284
<b>Bobot nilai</b>	115	132	33	2	2	
<b>Total skor</b>						<b>1.392</b>
<b>Skor tertinggi</b>						<b>284</b>
<b>Skor terendah</b>						<b>275</b>
<b>Kriteria penilaian</b>						<b>Baik</b>

Sumber: Data Olahan, 2024

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada pernyataan yaitu (X7.5) dengan skor sebanyak 284, dan yang paling rendah berada pada pernyataan yaitu (X7.3) dengan skor sebanyak 275.

Berdasarkan data pada tabel 5.9 hasil skor total untuk variabel proses adalah sebesar 1.392. Dilihat dari tabel 3.4 pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.470 – 1.190 yang termasuk dalam kategori baik.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang merespon baik karena mereka sudah memiliki kepercayaan terhadap variabel bukti fisik bank tersebut. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman positif dan keyakinan bahwa fasilitas di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang bagus, sehingga mereka merasa aman dan nyaman menggunakan layanan yang disediakan oleh Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

#### 5.2.8. Variabel Kejujuran (X8)

Menurut Damayanti (2022) Physical Avidence merupakan lingkungan di mana suatu perusahaan memberikan layanannya dan lokasi di mana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen, serta berbagi komponen yang tampak (tangible) dalam menunjang kinerja dan kelancaran pelayanan.

**Tabel 5.10 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Bukti Fisik (X8)**

Variabel Produk	Skor Jawaban					Skor
	SS	S	KS	TS	STS	
X8.1	40	18	5	5	2	299
<b>Bobot nilai</b>	200	72	15	10	2	
X8.2	44	13	6	5	2	302
<b>Bobot nilai</b>	220	52	18	10	2	
X8.3	44	18	6	1	1	313
<b>Bobot nilai</b>	220	72	18	2	1	
X8.4	42	14	11	2	1	304
<b>Bobot nilai</b>	210	56	33	4	1	
X8.5	32	26	7	3	2	293
<b>Bobot nilai</b>	160	104	21	6	2	
<b>Total skor</b>						<b>1511</b>
<b>Skor tertinggi</b>						<b>313</b>
<b>Skor terendah</b>						<b>293</b>
<b>Kriteria penilaian</b>						<b>Sangat Baik</b>

*Sumber: Data Olahan, 2024*

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada pernyataan yaitu (X8.3) dengan skor sebanyak 313, dan yang paling rendah berada pada pernyataan yaitu (X8.5) dengan skor sebanyak 293.

Berdasarkan data pada tabel 5.10 hasil skor total untuk variabel proses adalah sebesar 1.511. Dilihat dari tabel 3.4 pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.750 – 1.470 yang termasuk dalam kategori sangat baik.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang merespon sangat baik karena mereka sudah memiliki kepercayaan terhadap variabel bukti fisik bank tersebut. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman positif dan keyakinan bahwa fasilitas di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang bagus, sehingga mereka merasa aman dan nyaman menggunakan layanan yang disediakan oleh Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang

#### 5.2.9. Variabel Kesabaran (X9)

Bukti Fisik merupakan lingkungan di mana suatu perusahaan memberikan layanannya dan lokasi di mana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen, serta berbagi komponen yang tampak (*tangible*) dalam menunjang kinerja dan kelancaran pelayanan (Damayanti, 2022).

**Tabel 5. 11 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Bukti Fisik (X9)**

Variabel Produk	Skor Jawaban					Skor
	SS	S	KS	TS	STS	
X9.1	26	25	14	3	2	280
<b>Bobot nilai</b>	130	100	42	6	2	
X9.2	20	27	16	5	2	268
<b>Bobot nilai</b>	100	108	48	10	2	
X9.3	22	26	18	2	2	274
<b>Bobot nilai</b>	110	104	54	4	2	
X9.4	26	25	15	2	2	281
<b>Bobot nilai</b>	130	100	45	4	2	
X9.5	24	34	7	3	2	285
<b>Bobot nilai</b>	120	136	21	6	2	
<b>Total skor</b>						<b>1388</b>
<b>Skor tertinggi</b>						<b>285</b>
<b>Skor terendah</b>						<b>268</b>
<b>Kriteria penilaian</b>						<b>Baik</b>

Sumber: Data Olahan, 2024

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada pernyataan yaitu (X9.5) dengan skor sebanyak 285, dan yang paling rendah berada pada pernyataan yaitu (X9.2) dengan skor sebanyak 268.

Berdasarkan data pada tabel 5.11 hasil skor total untuk variabel proses adalah sebesar 1.388. Dilihat dari tabel 3.4 pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.470 – 1.190 yang termasuk dalam kategori baik.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang merespon sangat baik karena mereka sudah memiliki kepercayaan terhadap variabel bukti fisik bank tersebut. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman positif dan keyakinan bahwa fasilitas di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang bagus, sehingga mereka merasa aman dan nyaman menggunakan layanan yang disediakan oleh Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang

#### 5.2.10. Variabel Keputusan (Y)

Bukti Fisik merupakan lingkungan di mana suatu perusahaan memberikan layanannya dan lokasi di mana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen, serta berbagi komponen yang tampak (*tangible*) dalam menunjang kinerja dan kelancaran pelayanan (Damayanti, 2022).

**Tabel 5. 12 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Keputusan (Y)**

Variabel Produk	Skor Jawaban					Skor
	SS	S	KS	TS	STS	
Y1	16	37	15	2	0	277
<b>Bobot nilai</b>	80	148	45	4	0	
Y2	13	54	1	1	1	287
<b>Bobot nilai</b>	65	216	3	2	1	
Y3	22	41	6	0	1	293
<b>Bobot nilai</b>	110	164	18	0	1	
Y4	23	44	1	2	0	298
<b>Bobot nilai</b>	115	176	3	4	0	
Y5	24	34	11	1	0	291
<b>Bobot nilai</b>	120	136	33	2	0	
<b>Total skor</b>						<b>1446</b>

<b>Skor tertinggi</b>	<b>298</b>
<b>Skor terendah</b>	<b>277</b>
<b>Kriteria penilaian</b>	<b>Baik</b>

*Sumber: Data Olahan, 2024*

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada pernyataan yaitu (Y.4) dengan skor sebanyak 298, dan yang paling rendah berada pada pernyataan yaitu (Y.1) dengan skor sebanyak 277.

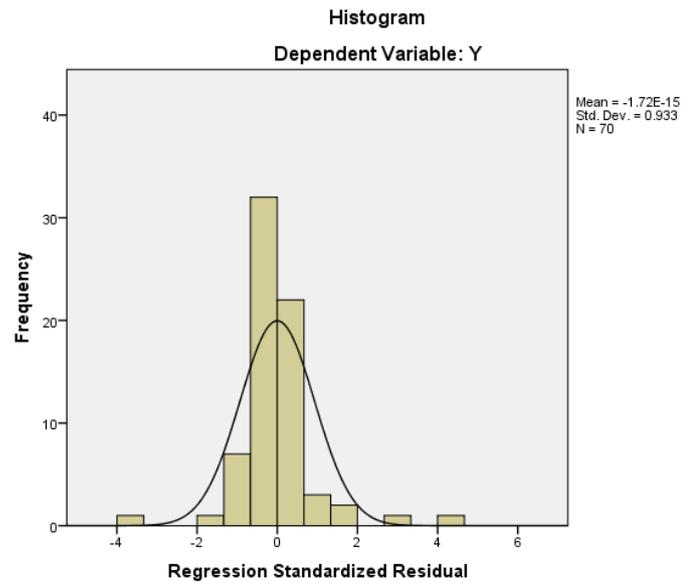
Berdasarkan data pada tabel 5.12 hasil skor total untuk variabel proses adalah sebesar 1.446. Dilihat dari tabel 3.4 pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.470 – 1.190 yang termasuk dalam kategori baik.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang merespon sangat baik karena mereka sudah memiliki kepercayaan terhadap variabel bukti fisik bank tersebut. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman positif dan keyakinan bahwa fasilitas di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang bagus, sehingga mereka merasa aman dan nyaman menggunakan layanan yang disediakan oleh Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

### **5.3. Uji Asumsi Klasik**

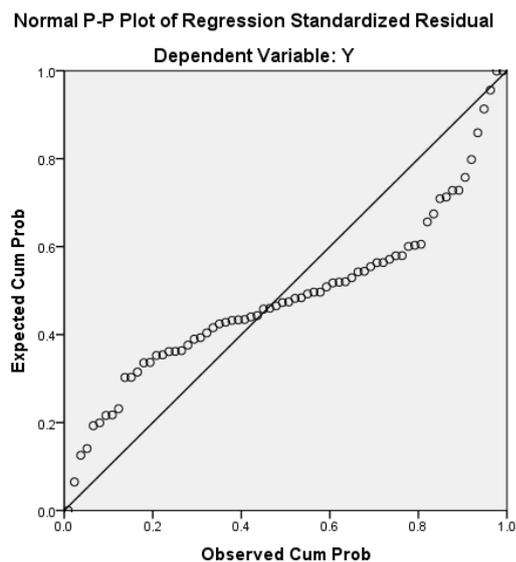
#### **5.3.1. Uji Normalitas**

Data berdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat dari Uji Histogram, Uji *P plot of regression Standardized residual*, dan Uji *kolmogorov smirnov*. Dapat dilihat sebagai berikut:



**Gambar 5. 1 Uji Histogram**

Berdasarkan gambar 5.1, dapat dilihat bahwa garis histogram mengikuti garis diagonal. Hal tersebut menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.



**Gambar 5. 2 Uji P plot of regression Standardized residual**

Berdasarkan gambar 5.2, dapat dilihat bahwa plot mendekati dan mengikuti garis diagonal. Hal tersebut menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

### One Sampel Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.05020484
Most Extreme Differences	Absolute	.152
	Positive	.152
	Negative	-.146
Test Statistic		.152
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 <sup>d</sup>

- Test ditribution is Normal
- Calculated from data
- Lilliefors Significance Correction

**Gambar 5. 3 Uji Kolmogorov smirnov**

Berdasarkan gambar 5.3, pada Uji kolmogorov Smirnov nilai Sig. (Signifikansi) sebesar 0,073. Dan nilai Sig.  $0,073 > 0,05$ , maka data penelitian berdistribusi normal. Berdasarkan hasil Uji Histogram, Uji P plot of regression Standardized residual, dan Uji kolmogorov smirnov, dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

#### 5.3.2 Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil regresi variabel independen dan dependen, menghasilkan nilai Toleransi dan VIF. Untuk membuktikan ada atau tidaknya pelanggaran Multikolinearitas, dapat digunakan uji VIF yaitu apabila nilai VIF  $< 10$  atau besar nilai toleransi lebih dari 0,1.

**Tabel 5. 13 Uji Multikolinearitas**

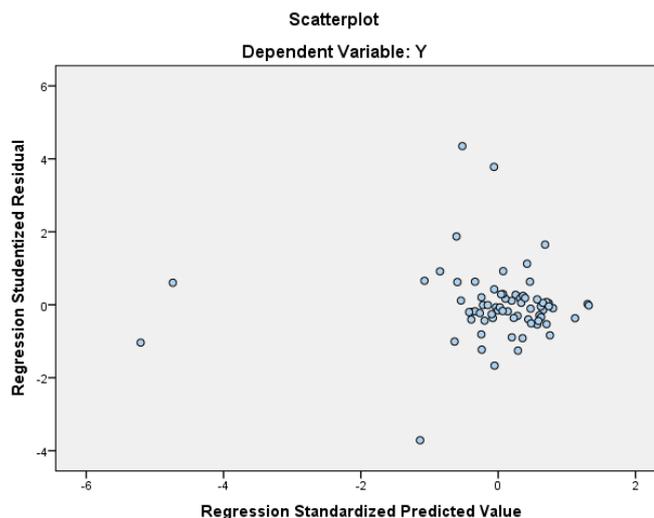
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Produk (X1)	0.194	5.166	Tidak terjadi Multikolinearitas
Harga (X2)	0.266	3.757	Tidak terjadi Multikolinearitas
Lokasi (X3)	0.210	4.767	Tidak terjadi Multikolinearitas
Promosi (X4)	0.256	3.908	Tidak terjadi Multikolinearitas
Orang (X5)	0.214	4.664	Tidak terjadi Multikolinearitas
Proses (X6)	0.373	2.679	Tidak terjadi Multikolinearitas
Bukti Fisik (X7)	0.270	3.710	Tidak terjadi Multikolinearitas

Kejujuran (X8)	0.164	6.102	Tidak terjadi Multikolinearitas
Kesabaran (X9)	0.716	1.396	Tidak terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 5.13, diketahui bahwa variabel Produk (X1) memiliki nilai toleransi sebesar 0.194 dan nilai VIF sebesar 5.166, variabel Harga (X2) memiliki nilai toleransi sebesar 0.266 dan nilai VIF sebesar 3.757, variabel Lokasi (X3) memiliki nilai toleransi sebesar 0.256 dan nilai VIF sebesar 4.767, variabel Promosi (X4) memiliki nilai toleransi sebesar 0,471 dan nilai VIF sebesar 3.908, variabel Orang (X5) memiliki nilai toleransi sebesar 0.214, dan nilai VIF sebesar 4.664, variabel Proses (X6) memiliki nilai toleransi sebesar 0.373, dan nilai VIF sebesar 2.679, variabel Bukti Fisik (X7) memiliki nilai toleransi sebesar 0.270, dan nilai VIF sebesar 3.710, variabel Kejujuran (X8) memiliki nilai toleransi sebesar 0.164, dan nilai VIF sebesar 6.102, variabel Kesabaran (X9) memiliki nilai toleransi sebesar 0.716, dan nilai VIF sebesar 1.396. Berdasarkan data tersebut, semua variabel bebas mempunyai nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinearitas dalam penelitian ini.

### 5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah variasi residual yang tidak sama pada semua pengamatan. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model, karena varian gangguannya berbeda dari observasi ke observasi lain. Uji Scatter plot digunakan untuk mendeteksi adanya gejala Heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 5. 4 Grafik Scatterplot**

Berdasarkan gambar 5.4, dapat diketahui bahwa titik-titik yang terbentuk menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, penelitian ini tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

#### 5.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	6.257	.958		6.531	.000		
	X1	.043	.049	.076	.874	.386	.194	5.166
	X2	.115	.042	.203	2.741	.008	.266	3.757
	X3	.021	.048	.033	.433	.667	.210	4.767
	X4	.302	.048	.471	6.343	.000	.256	3.908
	X5	.049	.087	.091	.563	.576	.214	4.664
	X6	.002	.038	.005	.065	.948	.373	2.679
	X7	.119	.042	.213	2.806	.007	.270	3.710
	X8	.012	.103	.020	.119	.905	.164	6.102
	X9	.038	.032	.069	1.190	.239	.716	1.396

a. Dependent Variable: Y

### **Gambar 5. 5 Analisis Regresi Linear Berganda**

Pada tabel 5.7, diketahui bahwa nilai Constant ( $\alpha$ ) sebesar 6.257, nilai B Produk(X1) sebesar 0.043, nilai B Harga(X2) sebesar 0.115, nilai B Lokasi(X3) sebesar 0,021, nilai B Promosi(X4) sebesar 0,302, nilai B Orang(X5) sebesar 0.049, nilai B Proses(X6) sebesar 0.002, nilai B Bukti Fisik(X7) sebesar 0.119, nilai B Kejujuran(X8) sebesar 0.012, nilai B Kesabaran(X9) sebesar 0.038, perhitungan regresi linear berganda didapatkan hasil sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \beta_8X_8 + \beta_9X_9$$

$$Y = 6.257 + 0.043 + 0.115 + 0,021 + 0,302 + 0.049 + 0.002 + 0.119 + 0.012 + 0.038$$

Persamaan analisis regresi memiliki hubungan antara variabel Produk(X1), Harga(X2), Lokasi(X3), Promosi(X4), Orang(X5), Proses(X6), Bukti Fisik(X7), Kejujuran (X8), dan Kesabaran(X9) dengan variabel Kepuasan (Y). Persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai Constant ( $\alpha$ ) sebesar 6.257 berarti bahwa, jika tidak terjadi Variabel Produk(X1), Harga(X2), Lokasi(X3), Promosi(X4), Orang(X5), Proses(X6), Bukti Fisik(X7), Kejujuran(X8), dan Kesabaran(X9) (nilai X=0) maka keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang sebesar 6.257.
2. Nilai koefisien regresi Produk(X1) sebesar 0.043 berarti jika variabel Harga(X2), Lokasi(X3), Promosi(X4), Orang(X5), Proses(X6), Bukti Fisik(X7), Kejujuran(X8), dan Kesabaran(X9) adalah konstan, maka peningkatan satu satuan pada variabel Produk(X1) akan meningkatkan keputusan sebesar 0.043. Dengan kata lain, semakin baik variabel Produk maka semakin tinggi pula keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.
3. Nilai koefisien regresi Harga(X2) sebesar 0.115 berarti jika variabel Produk(X1), Lokasi(X3), Promosi(X4), Orang(X5), Proses(X6), Bukti Fisik(X7), Kejujuran(X8), dan Kesabaran(X9) adalah konstan, maka

peningkatan satu satuan pada variabel Harga(X2) akan meningkatkan keputusan sebesar 0.115. Dengan kata lain, semakin baik variabel Produk maka semakin tinggi pula keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

4. Nilai koefisien regresi Lokasi(X3) sebesar 0,021 berarti jika variabel Produk(X1), Harga(X2), Promosi(X4), Orang(X5), Proses(X6), Bukti Fisik(X7), Kejujuran(X8), dan Kesabaran(X9) adalah konstan, maka peningkatan satu satuan pada variabel Lokasi(X3) akan meningkatkan keputusan sebesar 0,021. Dengan kata lain, semakin baik variabel Produk maka semakin tinggi pula keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.
5. Nilai koefisien regresi Promosi(X4) sebesar 0,302 berarti jika variabel Produk(X1), Harga(X2), Lokasi(X3), Orang(X5), Proses(X6), Bukti Fisik(X7), Kejujuran(X8), dan Kesabaran(X9) adalah konstan, maka peningkatan satu satuan pada variabel Promosi(X4) akan meningkatkan keputusan sebesar 0,302. Dengan kata lain, semakin baik variabel Produk maka semakin tinggi pula keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.
6. Nilai koefisien regresi Orang(X5) sebesar 0.049 berarti jika variabel Produk(X1), Harga(X2), Lokasi(X3), Promosi(X4), Proses(X6), Bukti Fisik(X7), Kejujuran(X8), dan Kesabaran(X9) adalah konstan, maka peningkatan satu satuan pada variabel Orang(X5) akan meningkatkan keputusan sebesar 0.04. Dengan kata lain, semakin baik variabel Produk maka semakin tinggi pula keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.
7. Nilai koefisien regresi Proses(X6) sebesar 0.002 berarti jika variabel Produk(X1), Harga(X2), Lokasi(X3), Promosi(X4), Orang(X5), Bukti Fisik(X7), Kejujuran(X8), dan Kesabaran(X9) adalah konstan, maka peningkatan satu satuan pada variabel Proses(X6) akan meningkatkan keputusan sebesar 0.002. Dengan kata lain, semakin baik variabel Produk

maka semakin tinggi pula keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

8. Nilai koefisien regresi Fisik(X7) sebesar 0.119 berarti jika variabel Produk(X1), Harga(X2), Lokasi(X3), Promosi(X4), Orang(X5), Proses(X6), Bukti Kejujuran(X8), dan Kesabaran(X9) adalah konstan, maka peningkatan satu satuan pada variabel Fisik(X7) akan meningkatkan keputusan sebesar 0.119. Dengan kata lain, semakin baik variabel Produk maka semakin tinggi pula keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.
9. Nilai koefisien regresi Kejujuran(X8) sebesar 0.012 berarti jika variabel Produk(X1), Harga(X2), Lokasi(X3), Promosi(X4), Orang(X5), Proses(X6), Bukti Fisik(X7), dan Kesabaran(X9) adalah konstan, maka peningkatan satu satuan pada variabel Kejujuran(X8) akan meningkatkan keputusan sebesar 0.012. Dengan kata lain, semakin baik variabel Produk maka semakin tinggi pula keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.
10. Nilai koefisien regresi Kesabaran(X9) sebesar 0.038 berarti jika variabel Produk(X1), Harga(X2), Lokasi(X3), Promosi(X4), Orang(X5), Proses(X6), Bukti Fisik(X7), dan Kejujuran(X8), adalah konstan, maka peningkatan satu satuan pada variabel Kesabaran(X9) akan meningkatkan keputusan sebesar 0.038. Dengan kata lain, semakin baik variabel Produk maka semakin tinggi pula keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

## **5.5. Uji Hipotesis**

### **5.5.1. Uji Parsial (Uji t)**

Hipotesis merupakan jawaban awal atau dugaan tentang apakah variabel Produk(X1), Harga(X2), Lokasi(X3), Promosi(X4), Orang(X5), Proses(X6), Bukti Fisik(X7), Jujur(X8), dan Sabar(X9) mempengaruhi variabel keputusan (Y). Analisis hasil uji parsial (uji-t) bertujuan untuk membuktikan hipotesis. Dalam

penelitian ini, tingkat signifikansi 5% , dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	6.257	.958		6.531	.000		
X1	.043	.049	.076	.874	.386	.194	5.166
X2	.115	.042	.203	2.741	.008	.266	3.757
X3	.021	.048	.033	.433	.667	.210	4.767
X4	.302	.048	.471	6.343	.000	.256	3.908
X5	.049	.087	.091	.563	.576	.214	4.664
X6	.002	.038	.005	.065	.948	.373	2.679
X7	.119	.042	.213	2.806	.007	.270	3.710
X8	.012	.103	.020	.119	.905	.164	6.102
X9	.038	.032	.069	1.190	.239	.716	1.396

a. Dependent Variable: Y

**Gambar 5. 6 Uji Hipotesis**

Pada penelitian ini, diketahui jumlah sampel  $n = 70$  dan jumlah variabel  $k = 10$ , dengan demikian, diperoleh  $df = 70 - 10 = 60$ , yang menunjukkan  $t_{tabel}$  sebesar 2,000 dengan nilai signifikansi  $> 0,05$ . Berdasarkan gambar 5.6, uji parsial (uji t) dijelaskan sebagai berikut :

### 1. Uji hipotesis pada variabel Produk (X1)

Berdasarkan gambar 5.6 diperoleh  $t_{hitung} = 0,874 < 2,000$ , dengan nilai Sig sebesar  $0.386 > 0,05$ . Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat dibuktikan jika  $H_1$  ditolak, yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel Produk (X1) secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

$H_1$ : Ditolak variabel produk tidak berpengaruh terhadap keputusan.

### 2. Uji hipotesis pada variabel Harga (X2)

Berdasarkan gambar 5.6 diperoleh  $t$  hitung =  $2,74 > 2,000$ , dengan nilai Sig sebesar  $0,008 < 0,05$ . Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat dibuktikan jika H2 diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh variabel Harga (X2) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

H2: Diterima variabel harga berpengaruh terhadap keputusan.

### **3. Uji hipotesis pada variabel Lokasi (X3)**

Berdasarkan gambar 5.6 diperoleh  $t$  hitung =  $0,433 < 2,000$ , dengan nilai Sig sebesar  $0,667 > 0,05$ . Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat dibuktikan jika H3 ditolak, yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel Lokasi (X3) secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

H3: Ditolak variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan.

### **4. Uji hipotesis pada variabel Promosi (X4)**

Berdasarkan gambar 5.6 diperoleh  $t$  hitung =  $6,343 > 2,000$ , dengan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat dibuktikan jika H4 diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh variabel Promosi (X4) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

H4: Diterima variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan.

### **5. Uji hipotesis pada variabel Orang (X5)**

Berdasarkan gambar 5.6 diperoleh  $t$  hitung =  $0,563 < 2,000$ , dengan nilai Sig sebesar  $0,576 > 0,05$ . Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat dibuktikan jika H5 ditolak, yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel Orang (X5) secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

H5: Ditolak variabel orang tidak berpengaruh terhadap keputusan.

### **6. Uji hipotesis pada variabel Proses (X6)**

Berdasarkan gambar 5.6 diperoleh  $t$  hitung =  $0,065 < 2,000$ , dengan nilai Sig sebesar  $0,948 > 0,05$ . Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat dibuktikan jika  $H_6$  ditolak, yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel Proses ( $X_6$ ) secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

$H_6$ : Ditolak variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan

#### **7. Uji hipotesis pada variabel Bukti Fisik ( $X_7$ )**

Berdasarkan gambar 5.6 diperoleh  $t$  hitung =  $2,806 > 2,000$ , dengan nilai Sig sebesar  $0,007 < 0,05$ . Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat dibuktikan jika  $H_7$  diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh variabel Bukti Fisik ( $X_7$ ) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

$H_7$ : Diterima variabel bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan.

#### **8. Uji hipotesis pada variabel Kejujur ( $X_8$ )**

Berdasarkan gambar 5.6 diperoleh  $t$  hitung =  $0,119 < 2,000$ , dengan nilai Sig sebesar  $0,905 > 0,05$ . Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat dibuktikan jika  $H_8$  ditolak, yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel Kejujur ( $X_8$ ) secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

$H_8$  : Ditolak variabel kejujur tidak berpengaruh terhadap keputusan.

#### **9. Uji hipotesis pada variabel Kesabaran ( $X_9$ )**

Berdasarkan gambar 5.6 diperoleh  $t$  hitung =  $1,190 < 2,000$ , dengan nilai Sig sebesar  $0,716 > 0,05$ . Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat dibuktikan jika  $H_9$  ditolak, yang berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel Kesabaran ( $X_9$ ) secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.

$H_9$ : Ditolak variabel kesabaran tidak berpengaruh terhadap keputusan

#### **5.5.2. Uji Simultan (Uji $f$ )**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	309.596	9	34.400	32.037	.000 <sup>b</sup>
	Residual	64.425	60	1.074		
	Total	374.021	69			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X9, X6, X2, X8, X7, X3, X4, X1, X5

### Gambar 5. 7 Uji Simultan

Berdasarkan gambar 5.7, diketahui F hitung = 32.037 dan Sig. F = < 0,000. Karena Sig f lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, atau dapat disimpulkan bahwa variabel Produk(X1), Harga(X2), Lokasi(X3), Promosi(X4), Orang(X5), Proses(X6), Bukti Fisik(X7), Kejujuran (X8), dan Kesabaran(X9) secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

### 5.5.3. Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antar beberapa variabel. Koefisien determinasi adalah nilai yang menunjukkan besarnya perubahan akibat variabel lain. Nilai koefisien determinan antara 0 dan 1. Kecocokan minimal berarti keberhasilan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 <sup>a</sup>	.828	.802	1.036

a. Predictors: (Constant), X9, X6, X2, X8, X7, X3, X4, X1, X5

### Gambar 5. 8 Uji Koefisien Determinan

Berdasarkan gambar 5.8, terdapat koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0.802, yang menunjukkan bahwa variabel Produk(X1), Harga(X2), Lokasi(X3), Promosi(X4), Orang(X5), Proses(X6), Bukti Fisik(X7), Kejujuran (X8), dan Kesabaran(X9) secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 80,2%, dan sisanya sebesar 19,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

#### 5.5.4. Uji Dominan

Menurut Ghozali dalam (Surtini, 2022) untuk menentukan variabel independen yang paling dominan mempengaruhi variabel dependen, dapat dilakukan dengan membandingkan koefisien regresi, antara variabel satu dan yang lainnya. variabel independen yang paling dominan mempengaruhi variabel dependen adalah variabel yang memiliki nilai koefisien regresi yang paling besar.

Untuk membandingkan nilai koefisien regresi masing-masing variabel independen tersebut, disajikan tabel berikut ini:

**Tabel 5. 14 Nilai koefisien Regresi**

Variabel	Nilai koefisien regresi
Produk (X1)	.043
Harga (X2)	.115
Lokasi (X3)	.021
Promosi (X4)	.302
Orang (X5)	.049
Proses (X6)	.002
Bukti Fisik (X7)	.119
Kejujuran (X8)	.012
Kesabaran (X9)	.038

Berdasarkan tabel 5.9, variable Promosi (X4) memiliki nilai koefisien regresi yang paling besar, yaitu 0,302. Dapat disimpulkan bahwa variable Promosi (X4) merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi KCP Olak Kemang.

## 5.6. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil-hasil analisis data, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Variabel yang diterima atau berpengaruh adalah, harga (*price*), promosi (*promotion*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Sedangkan variabel yang ditolak atau tidak berpengaruh adalah produk (*Product*), lokasi (*place*), orang (*people*), proses (*proces*), kejujuran (*promise*), dan kesabaran (*patience*).

Berdasarkan gambar 5.6, dapat disimpulkan jika H2, H4, dan H7 diterima, yang berarti secara parsial terdapat pengaruh variabel *price*, *promotion*, dan *pycical evidence* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi KCP Olak Kemang.

Variabel harga (*price*) berpengaruh hal tersebut sejalan dengan penelitian Zamroni, & Rokhman (2016) yang menyatakan bahwa *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Dari tanda positif, diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara harga dan keputusan berbanding lurus, dalam artian semakin besar nilai harga, semakin tinggi juga nilai keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji.

Variabel promosi (*promotion*) berpengaruh hal tersebut sejalan dengan penelitian Zamroni & Rokhman (2016) yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi nasabah untuk menciptakan permintaan atas suatu produk maupun jasa. Promosi ini merupakan salah satu cara untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang produk-produk tabungan yang akan dipasarkan oleh bank.

Variabel bukti fisik (*pycical evidence*) berpengaruh hal tersebut sejalan dengan penelitian Sari, & Ratno (2020) yang menyatakan bahwa bukti fisis berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank. Artinya, nasabah merasa bahwa bukti fisik menjadi penting karena dapat dilihat secara langsung, sehingga fisik yang menarik dapat memengaruhi keputusan nasabah.

Penelitian ini didukung oleh fakta di lapangan yang dilakukan oleh peneliti, di mana variabel harga (*price*), promosi (*promotion*), dan bukti fisik (*physical evidence*) diterima dengan sangat baik oleh masyarakat. Variabel-variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena harga membantu nasabah mengetahui berapa biaya pendaftarannya. Promosi mempengaruhi nasabah dengan memperkenalkan produk tabungan haji yang ditawarkan sehingga lebih dikenal oleh nasabah. Bukti fisik berpengaruh karena nasabah dapat melihat kelengkapan peralatan yang ada di bank, yang memberikan kesan positif dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap bank tersebut.

Berdasarkan gambar 5.6, dapat disimpulkan jika H1, H3, H5, H6, H8 dan H9 ditolak, yang berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh variabel produk (*Product*), lokasi (*place*), orang (*people*), proses (*proces*), kejujuran (*promise*), dan kesabaran (*patience*) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank 9 Jambi KCP Olak Kemang.

Variabel produk (*Product*) tidak berpengaruh hal tersebut sejalan dengan penelitian Istiqomah (2015) yang menyatakan bahwa product tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan. Artinya semakin baik produk yang ditawarkan oleh Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang, semakin kecil pengaruh keputusan memilih produk tabungan Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang oleh nasabah.

Variabel lokasi (*place*) tidak berpengaruh hal tersebut sejalan dengan penelitian Fajri, dkk (2013) yang mengatakan bahwa lokasi atau tempat tidak mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung atau menggunakan jasa yang disediakan oleh bank yang secara keseluruhan menawarkan hal yang sama dengan bank lain dan tidak memiliki banyak perbedaan yang mempengaruhi pengambilan keputusan.

Variabel orang (*people*) tidak berpengaruh hal tersebut sejalan dengan penelitian Hanik & Handayani, (2014) yang mengatakan bahwa people tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri. Dengan kata lain, jika kualitas karyawan semakin tinggi, maka keputusan nasabah untuk memilih bank syariah juga semakin meningkat.

Variabel proses (*proces*) tidak berpengaruh hal tersebut sejalan dengan penelitian Wijaya & Ariyani (2018) bahwa bahwa process berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank. Hasil tersebut muncul karena ketetapan bank yang memberikan persyaratan mudah dalam pembukaan tabungan bagi nasabah. Hal tersebutlah yang menjadi sebab process berpengaruh positif dan signifikan.

Variabel kejujuran (*promise*) tidak berpengaruh hal tersebut juga didukung dengan penelitian Fadila & Astuningsih (2021) yang menyatakan bahwa kejujuran tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani pada mahasiswi Fakultas Ekonomi IAIN Tulungagung.

Variabel kesabaran (*patience*) tidak berpengaruh hal tersebut sejalan dengan penelitian Christiyanto & Astutik (2018) bahwa kesabaran tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang. Artinya, layanan berlandaskan kesabaran sudah menjadi prioritas bank syariah jadi tida perlu diragukan lagi.

Penelitian ini juga didukung oleh fakta di lapangan yang dilakukan oleh peneliti, di mana variabel produk (*product*), lokasi (*place*), orang (*people*), proses (*process*), kejujuran (*promise*), dan kesabaran (*patience*) diterima dengan baik oleh masyarakat. Meskipun variabel-variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produk tabungan haji di Bank 9 Jambi Syariah sudah pasti memiliki kualitas yang baik, sehingga variabel produk tidak menjadi faktor penentu. Lokasi tidak mempengaruhi nasabah karena di Kota Jambi Seberang hanya ada Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang, sehingga nasabah tidak memiliki pilihan lain. Orang atau karyawan bank sudah dikenal nasabah dengan reputasi baik dan terjamin keislamannya, sehingga variabel orang tidak menjadi pertimbangan. Proses tidak mempengaruhi nasabah karena prosesnya sudah diketahui mudah dan efisien. Kejujuran dan kesabaran juga tidak mempengaruhi karena nasabah sudah mempercayai produk tabungan haji yang ditawarkan oleh Bank 9 Jambi Syariah KCP Olak Kemang.