

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum BPRS Artha Mas Abadi Pati

##### 1. Sejarah Singkat Berdirinya BPRS Artha Mas Abadi Pati

PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi merupakan salah satu unit usaha Pesantren Maslakul Huda yang didirikan oleh KH. MA Sahal Mahfudh (almarhum). Sistem keuangan syariah di lingkungan Pesantren Maslakul Huda dirintis melalui Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) Koperasi Pesantren Maslakul Huda sejak Februari 2002. Empat tahun kemudian tepatnya pada tanggal 28 Juni 2006, Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) berubah menjadi PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi yang telah mendapat izin operasional dari Bank Indonesia.<sup>1</sup>

##### 2. Visi dan Misi BPRS Artha Mas Abadi Pati

###### a. VISI

Membentuk lembaga keuangan mikro berbasis Syari'ah yang sehat dan tangguh sebagai wujud kepedulian Pesantren Maslakul Huda terhadap masyarakat dan sebagai contoh bagi pesantren-pesantren lain.

###### b. MISI

- 1) Memberikan jasa penyimpanan dana masyarakat di wilayah operasional PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi
- 2) Memberikan jasa pembiayaan bagi usaha kecil di wilayah operasional PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi.<sup>2</sup>

##### 3. Produk Simpanan BPRS Artha Mas Abadi Pati

###### a. Tabungan iB Mudharabah

Tabungan iB mudharabah merupakan tabungan yang dikelola dengan sistem bagi hasil (mudharabah).

- 1) Tabungan iB Haji

---

<sup>1</sup> Dokumentasi BPRS Artha Mas Abadi Pati, dikutip tanggal 19 Mei 2016.

<sup>2</sup> Dokumentasi BPRS Artha Mas Abadi Pati, dikutip tanggal 19 Mei 2016.

Merupakan tabungan yang diperuntukkan kepada anggota yang digunakan untuk memenuhi keinginan anggota melaksanakan ibadah haji dengan lebih mudah dan terencana.

Ketentuan:

- a) Setoran awal minimal Rp.100.000,-
  - b) Setoran selanjutnya minimal Rp.100.000,- per bulan
  - c) Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian
  - d) Pengambilan tabungan hanya dapat dilakukan untuk pembayaran ongkos naik haji (ONH)
- 2) Tabungan iB Qurban

Merupakan tabungan yang diperuntukkan kepada anggota yang digunakan untuk memenuhi keinginan anggota melaksanakan ibadah qurban.

Ketentuan:

- a) Setoran awal minimal Rp.50.000,-
  - b) Setoran selanjutnya minimal Rp.50.000,-
  - c) Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian
  - d) Penarikan tabungan dapat dilakukan pada awal bulan Dzulhijjah atau jika pengendapan sudah sampai satu tahun
- 3) Tabungan iB Masa Depan

Merupakan tabungan yang diperuntukkan kepada anggota yang digunakan untuk merencanakan masa depan (rencana pernikahan, persalinan, hari tua, dll).

Ketentuan:

- a) Setoran awal minimal Rp.100.000,-
  - b) Setoran selanjutnya minimal Rp.100.000,-
  - c) Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian
  - d) Jangka waktu minimal 3 tahun
- 4) Tabungan iB Pendidikan

Merupakan tabungan yang diperuntukkan kepada anggota yang digunakan untuk merencanakan biaya pendidikan anak.

Ketentuan:

- a) Setoran awal minimal Rp.100.000,-
  - b) Setoran selanjutnya minimal Rp.50.000,- per bulan
  - c) Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian
  - d) Jangka waktu menyesuaikan dengan jenjang pendidikan anak
- b. Tabungan iB Wadiah

Tabungan iB wadiah merupakan tabungan yang dikelola dengan sistem titipan (wadiah).

Ketentuan:

- 1) Setoran awal minimal Rp.25.000,-
  - 2) Dapat diambil kapan saja (*on call*)
  - 3) Bonus (*'athaya*) kompetitif
- c. Deposito iB Mudharabah

Deposito iB Mudharabah merupakan layanan investasi berjangka yang dikelola dengan sistem bagi hasil (mudharabah).

Ketentuan:

- 1) Setoran minimal Rp.1.000.000,-
- 2) Jangka waktu 3, 6 dan 12 bulan
- 3) Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian
- 4) Pencairan dapat dilakukan pada saat jatuh tempo<sup>3</sup>

Ketentuan Pembukaan Rekening Simpanan

- a. Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan/deposito
- b. Melampirkan foto copy identitas diri berupa KTP/SIM/Kartu Pelajar
- c. Melampirkan foto copy akta kelahiran (untuk tabungan pendidikan)<sup>4</sup>

#### 4. Susunan Pengurus BPRS Artha Mas Abadi Pati

Perusahaan membutuhkan adanya struktur organisasi yang tepat dan jelas sebagai dasar untuk mempelajari aktivitas yang sebenarnya. Struktur organisasi merupakan suatu petunjuk bagaimana tugas, tanggung jawab antara anggota-anggotanya sehingga dapat memudahkan pimpinan

---

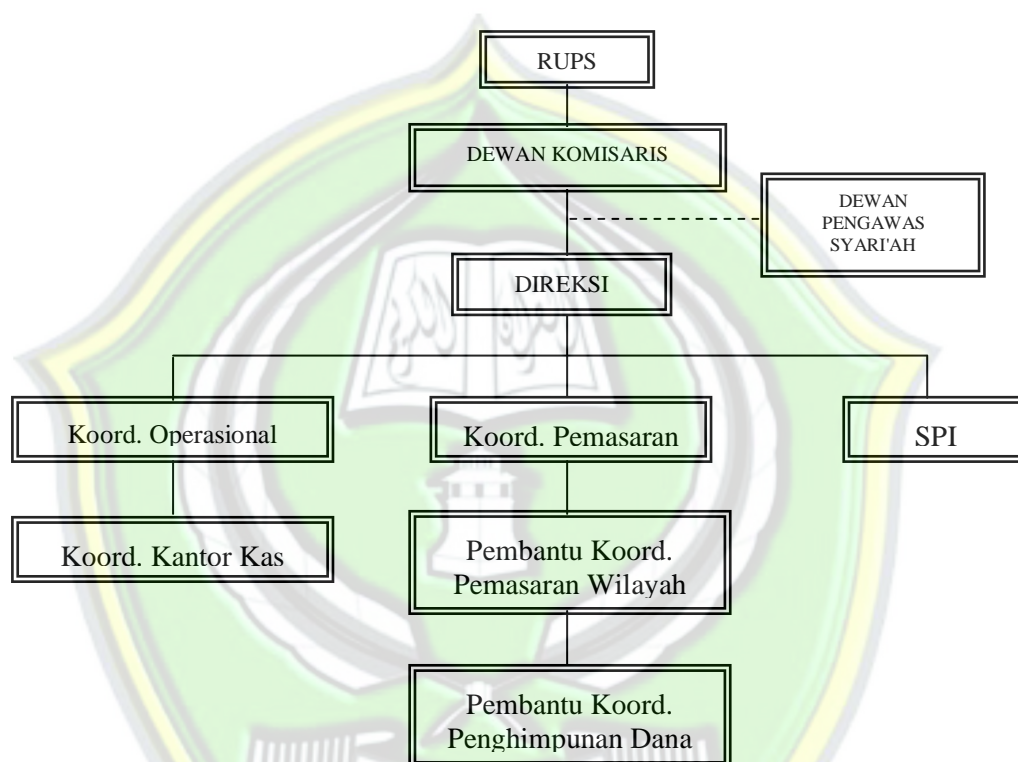
<sup>3</sup> Dokumentasi BPRS Artha Mas Abadi Pati, dikutip tanggal 19 Mei 2016.

<sup>4</sup> Dokumentasi BPRS Artha Mas Abadi Pati, dikutip tanggal 19 Mei 2016.

dalam mengadakan pengawasan maupun meminta pertanggung jawaban pada bawahannya.

Adapun struktur organisasi BPRS Artha Mas Abadi Pati sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi BPRS Artha Mas Abadi Pati**



- a. Dewan Pengawas Syariah
  - Ketua : KH. Ali Fatah
  - Anggota : H. Ghufron Halim, SE., MM
  - Anggota : H. Ahmad Manhajussidad, Lc., MSI
- b. Dewan Komisaris
  - Komisaris Utama : H. Abdul Ghofarrozin
  - Komisaris : H. Ahmad Mutamakin
- c. Dewan Direksi
  - Direktur Utama : Hj. Sri Hariyani
  - Direktur : Mumu Mubarak

- d. Koordinator Operasional : Muhtarul Jamil, SE
- 1) Koordinator Kantor Pusat
- Kasir : Anis Arfian Fitriana, SE., Sy
- Adm Dep/Tab: Eka Septiana, SE., Sy
- Adm Pembiayaan: 1. Endang Susilo Astuti, SE
2. Isnay Choiriyati, SEI
- Adm Umum : Khabib Shalihin, SE. Sy
- Adm SID : Agus Supriyono, S. Kom
- Office Boy : Dwi Maryono
- Driver : Edi Sulistiyo
- 2) Koordinator Kantor Kas
- Kas Winong : Moh. Nurhadi, S.Pdi
- Kas Cluwak : Agus Sya'roni, SE
- e. Koordinator Pemasaran : Ahmad Hidayatullah, SHI
- Pembantu Koordinator Pemasaran Wilayah
- Pusat : Abdul Syukur
- Winong : Moh. Nurhadi, S.Pdi
- Cluwak : Agus Sya'roni, SE
- Bid. Pengh. Dana : Moh. Jadi, SE
- Bid. Remedial : Ali Nurhadi
- f. SPI: Mohammad Jadi, SE

## B. Gambaran Umum Responden

Diskripsi responden disajikan dalam penelitian ini guna untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan

informasi atau data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan angket. Untuk penyebaran kuesionernya dilakukan dengan cara peneliti langsung mendatangi anggota penabung BPRS Artha Mas Abadi Pati dan menyerahkan kuesioner yang ada untuk diisi responden, hal ini dimaksudkan agar lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini, dengan mengambil sampel sebanyak 98 responden sebagai syarat pemenuhan sampel yang dapat mewakili populasi. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 4 jenis, yaitu:

### 1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden anggota penabung BPRS Artha Mas Abadi Pati dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Responden (anggota penabung)	Presentase %
1.	Laki-laki	30	30,6%
2.	Perempuan	68	69,4%
<b>Jumlah</b>		98	100%

*Sumber data: Data Primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 98 responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 30 anggota penabung atau (30,6%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 68 anggota penabung atau (69,4%). Hal ini jumlah anggota penabung perempuan lebih banyak dari pada jumlah penabung laki-laki.

### 2. Umur Responden

Adapun data mengenai usia anggota penabung BPRS Artha Mas Abadi Pati yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Responden (anggota penabung)	Presentase %
1.	18-27 <sup>th</sup>	35	35,7%
2.	28-37 <sup>th</sup>	34	34,6%
3	38-47 <sup>th</sup>	21	21,4%
4	48-57 <sup>th</sup>	8	8,3%
<b>Jumlah</b>		98	100%

*Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan keterangan pada table diatas, dapat diketahui bahwa dari 98 responden yang berusia antara 18-27<sup>th</sup> sebanyak 35 anggota penabung atau (35,7%), yang berusia 28-37<sup>th</sup> sebanyak 34 anggota penabung atau (34,6%), yang berusia antara 38-47<sup>th</sup> sebanyak 21 anggota penabung atau (21,4%), dan yang berusia 48-57<sup>th</sup> sebanyak 8 anggota penabung atau (8,3%).

### 3. Pendapatan Responden

Adapun data mengenai pendapatan responden anggota penabung di BPRS Artha Mas Abadi Pati adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan**

Pendapatan	Jumlah	Persentase
<500.000	23	23,7%
500.000-1.000.000	46	46,7%
>1.000.000	29	29,6%
Jumlah	98	100%

*Sumber : data primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas, dapat diketahui tentang pendapatan responden anggota penabung BPRS Artha Mas Abadi Pati yang menunjukkan bahwa responden berpendapatan <500.000 sebanyak 23 orang atau (23,7%), responden berpendapatan 500.000-1.000.000 sebanyak 46 atau (46,7%), dan responden berpendapatan >1.000.000 sebanyak 29 atau (29,6%).

### C. Deskripsi Angket

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang pengaruh produk tabungan, lokasi dan hubungan masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Data Hasil Penelitian**

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Produk Tabungan (X1)	Pt1	8	8,2%	63	64,3%	13	13,3%	13	13,3%	1	1%
	Pt2	10	10,2%	63	64,3%	19	19,4%	6	6,1%	0	0%
	Pt3	30	30,6%	48	49,0%	17	17,3%	3	3,1%	0	0%
	Pt4	9	9,2%	70	71,4%	8	8,2%	7	7,1%	4	4,1%
	Pt5	8	8,2%	68	69,4%	12	12,2%	10	10,2%	0	0%
	Pt6	17	17,3%	64	65,3%	13	13,3%	3	3,1%	1	1,0%
	Pt7	38	38,8%	42	42,9%	13	13,3%	5	5,1%	0	0%
Lokasi (X2)	L1	13	13,3%	60	61,2%	14	14,3%	10	10,2%	1	1,0%
	L2	14	14,3%	62	63,3%	17	17,3%	4	4,1%	1	1,0%
	L3	21	21,4%	58	59,2%	12	12,2%	5	5,1%	2	2,0%
	L4	20	20,4%	64	65,3%	13	13,3%	1	1,0%	0	0%
	L5	23	23,5%	48	49,0%	22	22,4%	5	5,1%	0	0%
Hubungan Masyarakat (X3)	Hm1	18	18,4%	53	54,1%	16	16,3%	11	11,2%	0	0%
	Hm2	18	18,4%	58	59,2%	15	15,3%	7	7,1%	0	0%
	Hm3	19	19,4%	52	53,1%	21	21,4%	6	6,1%	0	0%
	Hm4	25	25,5%	58	59,2%	13	13,3%	2	2,0%	0	0%
	Hm5	8	8,2%	65	66,3%	18	18,4%	5	5,1%	2	2,0%
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	Kn1	11	11,2%	61	62,2%	19	19,4%	4	4,1%	3	3,1%
	Kn2	22	22,4%	52	53,1%	17	17,3%	7	7,1%	0	0%
	Kn3	12	12,2%	58	59,2%	18	18,4%	6	6,1%	4	4,1%
	Kn4	24	24,5%	56	57,1%	11	11,2%	7	7,1%	0	0%
	Kn5	23	23,5%	48	49,0%	19	19,4%	8	8,2%	0	0%
	Kn6	27	27,6%	57	58,2%	10	10,2%	4	4,1%	0	0%

*Sumber data: output SPSS yang diolah, 2016*



## 1. Produk Tabungan

Variabel Produk Tabungan (X1) terdiri dari 7 pernyataan (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7) yang dijelaskan sebagai berikut:

**Item 1**, dengan pernyataan “Produk tabungan di BPRS Artha Mas Abadi Pati melakukan fungsinya dengan baik”, 8,2% responden menyatakan sangat setuju, 64,3% responden menyatakan setuju, 13,3% responden memilih bersikap netral, 13,3% responden menyatakan tidak setuju, dan 1,0% menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 2**, dengan pernyataan “BPRS Artha Mas Abadi Pati mempunyai berbagai jenis produk tabungan”, 10,2% responden menyatakan sangat setuju, 64,3% responden menyatakan setuju, 19,4% responden memilih bersikap netral, 6,1% responden menyatakan tidak setuju, dan 0,0% menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 3**, dengan pernyataan “Produk tabungan di BPRS Artha Mas Abadi Pati dapat diandalkan oleh nasabah”, 30,6% responden menyatakan sangat setuju, 49,0% responden menyatakan setuju, 17,3% responden memilih bersikap netral, 3,1% responden menyatakan tidak setuju, dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 4**, dengan pernyataan “Produk tabungan yang ditawarkan BPRS Artha Mas Abadi Pati sesuai dengan keinginan masyarakat”, 9,2% responden menyatakan sangat setuju, 71,4% responden menyatakan setuju, 8,2% responden memilih bersikap netral, 7,1% responden menyatakan tidak setuju, dan 4,1% responden menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 5**, dengan pernyataan “BPRS Artha Mas Abadi Pati memberikan pelayanan yang cepat dalam transaksi penyimpanan (menabung)”, 8,2% responden menyatakan sangat setuju, 69,4% responden menyatakan setuju, 12,2% responden memilih bersikap netral, 10,2% responden menyatakan tidak setuju, dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 6**, dengan pernyataan “Produk tabungan di BPRS Artha Mas Abadi Pati mempunyai karakteristik yang baik”, 17,3% responden

menyatakan sangat setuju, 65,3% responden menyatakan setuju, 13,3% responden memilih bersikap netral, 3,1% responden menyatakan tidak setuju, dan 1,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 7**, dengan pernyataan “Produk tabungan di BPRS Artha Mas Abadi Pati mempunyai kualitas yang baik”, 38,8% responden menyatakan sangat setuju, 42,9% responden menyatakan setuju, 13,0% responden memilih bersikap netral, 5,1% responden menyatakan tidak setuju, dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

## 2. Lokasi

Variabel lokasi (X2) terdiri dari 5 pernyataan (8, 9, 10, 11, 12) yang dijelaskan sebagai berikut:

**Item 8**, dengan pernyataan “Masyarakat senang dengan letak lokasi yang mudah terjangkau, menjadi salah satu alasan untuk menabung di BPRS Artha Mas Abadi Pati”, 13,3% responden menyatakan sangat setuju, 61,2% responden menyatakan setuju, 14,3% responden memilih bersikap netral, 10,2% responden menyatakan tidak setuju, dan 1,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 9**, dengan pernyataan “Masyarakat merasa terbantu dengan adanya keberadaan BPRS Artha Mas Abadi Pati yang dekat dalam meningkatkan usahanya”, 14,3% responden menyatakan sangat setuju, 63,3% responden menyatakan setuju, 17,3% responden memilih bersikap netral, 4,1% responden menyatakan tidak setuju, dan 1,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 10**, dengan pernyataan “Kantor BPRS Artha Mas Abadi Pati memiliki letak lokasi yang sangat strategis”, 21,4% responden menyatakan sangat setuju, 59,2% responden menyatakan setuju, 12,2% responden memilih bersikap netral, 5,1% responden menyatakan tidak setuju, dan 2,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 11**, dengan pernyataan “BPRS Artha Mas Abadi Pati dekat dengan jalan raya”, 20,4% responden menyatakan sangat setuju, 65,3% responden menyatakan setuju, 13,3% responden memilih bersikap netral,

1,0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 12**, dengan pernyataan “BPRS Artha Mas Abadi Pati sangat nyaman bagi para anggota”, 23,5% responden menyatakan sangat setuju, 49,0% responden menyatakan setuju, 22,4% responden memilih bersikap netral, 5,1% responden menyatakan tidak setuju, dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

### 3. Hubungan Masyarakat

Variabel Hubungan Masyarakat (X3) terdiri dari 5 pernyataan (13, 14, 15, 16, 17) yang dijelaskan sebagai berikut:

**Item 13**, dengan pernyataan “BPRS Artha Mas Abadi Pati memberikan komitmen untuk melayani keinginan nasabah dalam mencapai tujuan dan manfaat bersama”, 18,4% responden menyatakan sangat setuju, 54,1% responden menyatakan setuju, 16,3% responden memilih bersikap netral, 11,2% responden menyatakan tidak setuju, dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 14**, dengan pernyataan “BPRS Artha Mas Abadi Pati menjalin hubungan yang baik dan harmonis dengan nasabah”, 18,4% responden menyatakan sangat setuju, 59,2% responden menyatakan setuju, 15,3% responden memilih bersikap netral, 7,1% responden menyatakan tidak setuju, dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 15**, dengan pernyataan “BPRS Artha Mas Abadi Pati selalu memberika sikap toleransi kepada nasabahnya”, 19,4% responden menyatakan sangat setuju, 53,1% responden menyatakan setuju, 21,4% responden memilih bersikap netral, 6,1% responden menyatakan tidak setuju, dan 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

**Item 16**, dengan pernyataan “BPRS Artha Mas Abadi Pati memberikan manfaat yang lebih luas terhadap peningkatan kualitas kehidupan dan taraf kesejahteraan nasabah”, responden menyatakan sangat setuju adalah sebesar 25,5%, responden menyatakan setuju sebesar 59,2%, responden memilih bersikap netral sebesar 13,3%, responden menyatakan

tidak setuju sebesar 2,0%, dan responden menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%.

**Item 17**, dengan pernyataan “BPRS Artha Mas Abadi Pati memberikan respon yang cepat atas permasalahan nasabah”, responden menyatakan sangat setuju sebesar 8,2%, responden menyatakan setuju sebesar 66,3%, responden memilih bersikap netral sebesar 18,4%, responden menyatakan tidak setuju sebesar 5,1%, dan responden menyatakan sangat tidak setuju sebesar 2,0%.

#### 4. Keputusan Menjadi Nasabah

Variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y) terdiri dari 6 pernyataan (18, 19, 20, 21, 22, 23) yang dijelaskan sebagai berikut:

**Item 18**, dengan pernyataan “Variasi produk tabungan di BPRS Artha Mas Abadi Pati disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat”, responden menyatakan sangat setuju sebesar 11,2%, responden menyatakan setuju sebesar 62,2%, responden memilih bersikap netral sebesar 19,4%, responden menyatakan tidak setuju sebesar 4,1%, dan responden menyatakan sangat tidak setuju sebesar 3,1%.

**Item 19**, dengan pernyataan “Pencarian informasi dalam memilih produk tabungan di BPRS Artha Mas Abadi Pati diketahui melalui sumber komersial (radio, pamflet, brosur dan media lainnya)”, responden menyatakan sangat setuju sebesar 22,4%, responden menyatakan setuju sebesar 53,1%, responden memilih bersikap netral sebesar 17,3%, responden menyatakan tidak setuju sebesar 7,1%, dan responden menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%.

**Item 20**, dengan pernyataan “Pencarian informasi dalam memutuskan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati diketahui melalui sumber publik”, responden menyatakan sangat setuju sebesar 12,2%, responden menyatakan setuju sebesar 59,2%, responden memilih bersikap netral sebesar 18,4%, responden menyatakan tidak setuju sebesar 6,1%, dan responden menyatakan sangat tidak setuju sebesar 4,1%.

**Item 21**, dengan pernyataan “Memilih produk tabungan berdasarkan kualitas yang terjamin, memberikan alternatif dalam memutuskan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati ”, responden menyatakan sangat setuju sebesar 24,5%, responden menyatakan setuju sebesar 57,1%, responden memilih bersikap netral sebesar 11,2%, responden menyatakan tidak setuju sebesar 7,1%, dan responden menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%.

**Item 22**, dengan pernyataan “Pemberian variasi produk tabungan, memberikan alternatif dalam memutuskan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati”, responden menyatakan sangat setuju sebesar 23,5%, responden menyatakan setuju sebesar 49,0%, responden memilih bersikap netral sebesar 19,4%, responden menyatakan tidak setuju sebesar 8,2%, dan responden menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%.

**Item 23**, dengan pernyataan “Untuk memutuskan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati, menyertakan pendapat keluarga dan orang terdekat”, responden menyatakan sangat setuju sebesar 27,6%, responden menyatakan setuju sebesar 58,2%, responden memilih bersikap netral sebesar 10,2%, responden menyatakan tidak setuju sebesar 4,1%, dan responden menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0,0%.

#### D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala.<sup>5</sup> Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS 16. Dalam penelitian ini yang menjadi non responden sebanyak 30 orang. Untuk uji validitas instrumen dihitung dengan membandingkan  $r_{hitung}$  (*correlated item-total correlation*) dengan nilai  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.  $r_{tabel}$  dicari pada

---

<sup>5</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, hlm. 90.

signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data ( $n$ ) = 30, maka didapat  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,361.<sup>6</sup>

Berdasarkan hasil uji validitas, variabel produk tabungan yang terdiri dari Item 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8 memiliki  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  dan bernilai positif. Dengan demikian butir atau pernyataan tersebut dinyatakan *valid*. Dan Item 6 mempunyai nilai  $r_{\text{hitung}}$  lebih kecil dari  $r_{\text{tabel}}$  maka pernyataan tersebut tidak *valid*. (→ Lihat dilampiran)

Berdasarkan hasil uji validitas, Variabel Lokasi yang terdiri dari Item 9, 10, 11, 13, 14 memiliki  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  dan bernilai positif. Dengan demikian butir atau pernyataan tersebut dinyatakan *valid*. Dan item 12, 15, 16 mempunyai nilai  $r_{\text{hitung}}$  lebih kecil dari  $r_{\text{tabel}}$  maka pernyataan tersebut tidak *valid*. (→ Lihat dilampiran)

Berdasarkan hasil uji validitas, Variabel Hubungan Masyarakat yang terdiri dari Item 17, 18, 19, 20, 21 memiliki  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  dan bernilai positif. Dengan demikian butir atau pernyataan tersebut dinyatakan *valid*. Dan item 22 mempunyai nilai  $r_{\text{hitung}}$  lebih kecil dari  $r_{\text{tabel}}$  maka pernyataan tersebut tidak *valid*. (→ Lihat dilampiran)

Berdasarkan hasil uji validitas, Variabel Keputusan Menjadi Nasabah yang terdiri dari Item 23, 24, 25, 26, 27, 28 memiliki  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  dan bernilai positif. Dengan demikian butir atau pernyataan tersebut dinyatakan *valid*. Dan item 29 mempunyai nilai  $r_{\text{hitung}}$  lebih kecil dari  $r_{\text{tabel}}$  maka pernyataan tersebut tidak *valid*. (→ Lihat dilampiran)

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.<sup>7</sup> Adapun pengujiannya menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, dimana dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. Berikut hasil uji reliabilitas :

---

<sup>6</sup> Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, Media Ilmu Press, Stain Kudus, 2008, hlm. 20.

<sup>7</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit*, hlm. 97.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Reliability Coefficiens	Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Produk Tabungan (X <sub>1</sub> )	8 item	0,6	0,875	Reliabel
Lokasi (X <sub>2</sub> )	8 item	0,6	0,857	Reliabel
Hubungan Masyarakat (X <sub>3</sub> )	6 item	0,6	0,859	Reliabel
Keputusan Menjadi Nasabah(Y)	7 item	0,6	0,877	Reliabel

Sumber Data : Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. dengan demikian variabel (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> dan Y) dinyatakan *reliabel*.

#### E. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian gejala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih

dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.<sup>8</sup> Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat pada nilai *tolerance* serta nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) sebagai berikut:

**Tabel. 4.6**  
**Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.188	5.323
.269	3.712
.228	4.391

a. Dependent Variable: totally

*Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2016*

Dari hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel X1 (produk tabungan), X2 (lokasi) dan X3 (hubungan masyarakat) masing-masing sebesar 0,188, 0,269 dan 0,228 dan VIF masing-masing sebesar 5,323, 3,712 dan 4,391. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai  $VIF > 10$  atau dapat dikatakan variabel bebas memiliki nilai  $VIF < 10$ , dan tidak ada variabel bebas yang memiliki  $tolerance < 0,1$  atau dapat dikatakan variabel bebas memiliki nilai  $tolerance > 0,1$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

## 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Jika terjadi korelasi maka terdapat problem autokorelasi. Model pengujian

<sup>8</sup> Duwi priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, ANDI, Yogyakarta, 2014, hlm.



menggunakan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>9</sup>

- 1) Jika  $d$  lebih kecil dari  $d_l$  atau lebih besar dari  $(4-d_l)$ , maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika  $d$  terletak antara  $d_u$  dan  $(4-d_u)$ , maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika  $d$  terletak antara  $d_l$  dan  $d_u$  atau diantara  $(4-d_u)$  dan  $(4-d_l)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Hasil pengujian uji autokorelasi dapat disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.877 <sup>a</sup>	.770	.762	1.56774	2.079

a. Predictors: (Constant), totalx3, totalx2, totalx1

b. Dependent Variable: totally

*Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2016*

Dari hasil uji autokorelasi tabel diatas, diketahui nilai *Durbin-Watson* yang dihasilkan dari model regresi adalah 2,079. Sedangkan dari tabel *Durbin-Watson* dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data  $(n)=98$  dan  $k=3$  ( $k$  adalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai  $d_L$  sebesar 1,6086 ,  $d_U$  sebesar 1,7345 dan  $4-d_U = 2,2655$ , maka  $d_U < d < 4-d_U$  atau  $1,7345 < 2,079 < 2,2655$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

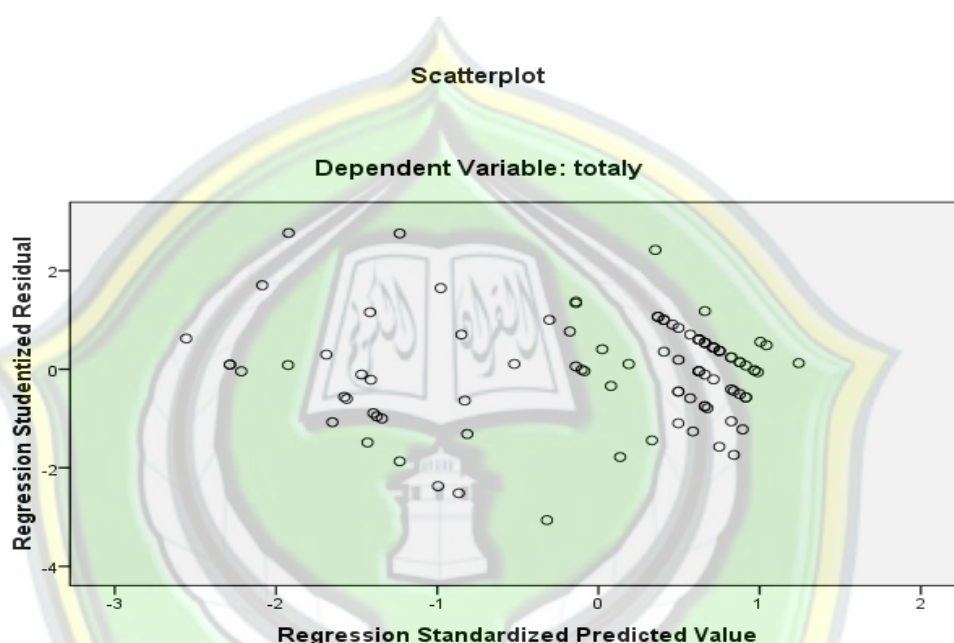
### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamat yang lain.

<sup>9</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, hlm. 87.

Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas.<sup>10</sup> Pengujian uji heteroskedastisitas dapat disajikan sebagai berikut:

**Gambar 4.2**  
**Grafik Scatterplot**



*Sumber Data: Primer yang diolah, 2016*

Dari grafik *scatterplot* dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar secara acak, dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan tidak mengandung heteroskedastisitas.

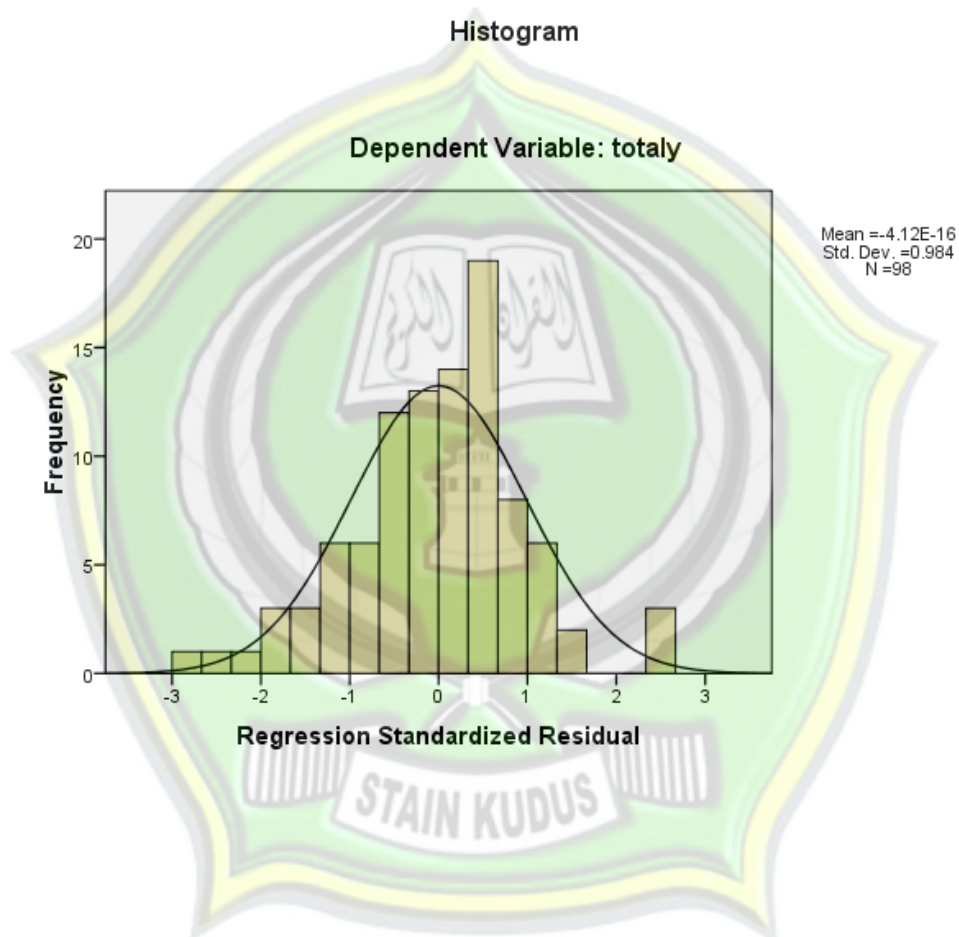
#### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengkaji data variabel bebas (X) dan data variabel (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, yaitu berdistribusi normal dan berdistribusi tidak normal. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan histogram dengan bentuk histogram yang hampir sama dengan bentuk

<sup>10</sup>Imam Ghazali, *Op. Cit.*, hlm. 69.

distribusi normal atau menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya.<sup>11</sup> Adapun uji normalitas dalam penelitian ini disajikan pada grafik sebagai berikut:

**Gambar 4.3**  
**Uji Normalitas Histogram**

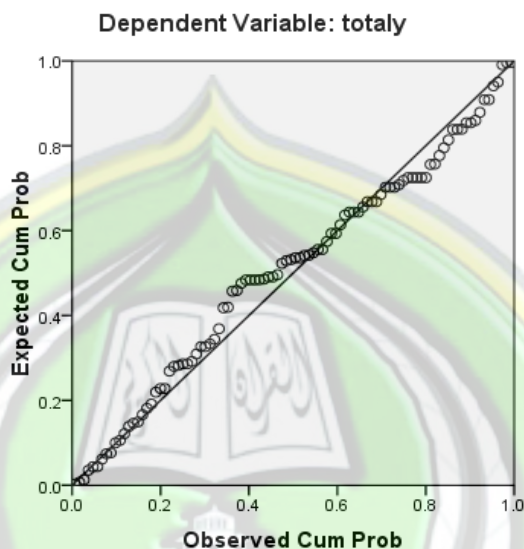


---

<sup>11</sup> *Ibid.*, hlm. 77.

**Gambar 4.4**  
**Normal Probability Plot**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



*Sumber Data: Primer yang diolah, 2016*

Untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak, kita dapat melihat pada grafik histogram. Dari grafik histogram pada gambar, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Selain dengan menggunakan histogram, kita juga bisa melihat uji normalitas dengan menggunakan grafik normal P-P Plot berdasarkan gambar di atas, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

## F. Analisis Data

**1. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel independen Produk Tabungan, Lokasi dan Hubungan Masyarakat dengan variabel terikat yaitu Keputusan Menjadi Nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS *for windows* versi 16.0 diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.622	1.304		1.243	.217		
	totalx1	.104	.100	.120	1.049	.297	.188	5.323
	totalx2	.255	.126	.193	2.018	.046	.269	3.712
	totalx3	.717	.123	.605	5.832	.000	.228	4.391

a. Dependent Variable: totaly

*Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas  $X_1= 0,104$ ,  $X_2= 0,255$ ,  $X_3= 0,717$  konstanta sebesar 1,622 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1,622 + 0,104 X_1 + 0,255 X_2 + 0,717 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (keputusan menjadi nasabah)

$X_1$  = Variabel independen (produk tabungan)

- $X_2$  = Variabel independen (lokasi)  
 $X_3$  = Variabel independen (hubungan masyarakat)  
 $b_1$  = Koefisien regresi produk tabungan dengan keputusan menjadi nasabah  
 $b_2$  = Koefisien regresi lokasi dengan keputusan menjadi nasabah  
 $b_3$  = Koefisien regresi hubungan masyarakat dengan keputusan menjadi nasabah  
 $a$  = Konstanta  
 $e$  = Standar Error

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta keputusan menjadi nasabah (Y) sebesar 1,622 artinya jika variabel produk tabungan ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ) dan hubungan masyarakat ( $X_3$ ) nilainya adalah 0 (nol), maka variabel keputusan menjadi nasabah akan berada pada angka 1,622.
- b. Koefisien regresi produk tabunga ( $X_1$ ) 0,104 menyatakan bahwa jika terjadi peningkatan produk tabungan sebesar 100% akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah sebesar 10,4% jika variabel independen lain dianggap konstan.
- c. Koefisien regresi lokasi ( $X_2$ ) 0,255 menyatakan bahwa jika terjadi peningkatan lokasi sebesar 100% akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah sebesar 25,5% jika variabel independen lain dianggap konstan.
- d. Koefisien regresi hubungan masyarakat ( $X_3$ ) 0,717 menyatakan bahwa jika terjadi peningkatan hubungan masyarakat sebesar 100% akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah sebesar 71,7% jika variabel independen lain dianggap konstan.

## 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Bila  $R^2$  mendekati angka satu maka dapat dikatakan

bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung/terikat semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel tergantung atau terikat.<sup>12</sup> Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS *for Windows* versi 16.0 didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil koefisien determinasi R**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.877 <sup>a</sup>	.770	.762	1.56774	2.079

a. Predictors: (Constant), totalx3, totalx2, totalx1

b. Dependent Variable: totally

*Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2016*

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa besarnya *Adjusted R Square* 0,762, hal ini berarti 76,2% variasi keputusan menjadi nasabah dapat dijelaskan oleh variasi ketiga variabel independen, produk tabungan, lokasi dan hubungan masyarakat serta sisanya ( $100\% - 76,2\% = 23,8\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain. Jadi sisanya sebesar 23,8% keputusan menjadi nasabah dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang belum diteliti oleh penulis dan tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

### 3. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji-t (parsial) digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ , dengan ketentuan sebagai berikut:

<sup>12</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit*, hlm. 66.

1. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  yang berarti produk tabungan, lokasi dan hubungan masyarakat secara parsial atau individual mempengaruhi keputusan menjadi nasabah.
2. Nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , berarti menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$  yang berarti produk tabungan, lokasi dan hubungan masyarakat secara parsial atau individual tidak mempengaruhi keputusan menjadi nasabah.<sup>13</sup>

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.622	1.304		1.243	.217		
	totalx1	.104	.100	.120	1.049	.297	.188	5.323
	totalx2	.255	.126	.193	2.018	.046	.269	3.712
	totalx3	.717	.123	.605	5.832	.000	.228	4.391

a. Dependent Variable: totally

*Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2016*

- a. Pengaruh produk tabungan terhadap keputusan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati.

Dari hasil uji t pada tabel diatas, untuk produk tabungan terhadap keputusan menjadi nasabah menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  1,049 dengan  $t_{tabel}$  1,661. Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $1,049 < 1,661$ ), sehingga menerima  $H_0$  dan  $H_a$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini menyatakan produk tabungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati.

<sup>13</sup>Duwi Priyatno, *Ibid*, hlm. 68.



- b. Pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati.

Dari hasil uji t pada tabel diatas, untuk lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  2,018 dengan  $t_{tabel}$  1,661. Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,018 > 1,661$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan “terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah”. Variabel lokasi merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

- c. Pengaruh hubungan masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati

Dari hasil uji t pada tabel diatas, untuk hubungan masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  5,832 dengan  $t_{tabel}$  1,661. Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5,832 > 1,661$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan “terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel hubungan masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah”. Variabel hubungan masyarakat merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

#### 4. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (produk tabungan, lokasi dan hubungan masyarakat) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah). Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{hitung}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.11**

### Hasil Analisis Uji F

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	771.782	3	257.261	104.671	.000 <sup>a</sup>
	Residual	231.034	94	2.458		
	Total	1002.816	97			

a. Predictors: (Constant), totalx3, totalx2, totalx1

b. Dependent Variable: totally

*Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2016*

Dari hasil analisis uji F diatas didapat  $F_{hitung}$  sebesar 104,671 dengan tingkat probabilitas 0,000 (signifikansi). Probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 dan  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $104,671 > 2,70$ ) maka, model regresi dapat dipergunakan untuk memprediksi keputusan menjadi nasabah atau dapat dikatakan bahwa variabel produk tabungan, lokasi dan hubungan masyarakat bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menjadi nasabah.

### G. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

#### 1. Produk Tabungan (X1) Berpengaruh Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil analisis data, produk tabungan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Artha Mas Abadi Pati. Diketahui nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $1,049 < 1,661$ ) dan tingkat signifikansi 0,217 (lebih dari 0,05).  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yaitu secara parsial pengembangan produk tabungan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Dengan nilai standart koefisien sebesar 0,104.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi perkembangan produk tabungan, maka dalam hal ini tidak mempengaruhi peningkatan

keputusan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati, jadi jumlah nasabahnya tidak bertambah banyak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayu Nurtika Dewi (2014). Dalam penelitiannya produk tabungan mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung, hal ini terlihat dari nilai signifikan 1,000 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian produk tabungan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung.

Alasan yang menyebabkan produk tabungan tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati, yaitu karena produk yang ditawarkan oleh pihak BPRS Artha Mas Abadi Pati kurang diminati oleh masyarakat, diantaranya dalam pembukaan rekening tarif yang dikenakan tinggi yaitu sebesar Rp.25.000,- dan tidak ada kejelasan tingkat bagi hasil yang diberikan dalam iklan yang disampaikan serta kurangnya *reward* dari BPRS Artha Mas Abadi Pati yang diberikan oleh nasabah.

## 2. Lokasi (X2) Berpengaruh Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil analisis data, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Diketahui nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,018 > 1,984$ ) dan tingkat signifikansi 0,046 (kurang dari 0,05).  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu secara parsial lokasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Dengan nilai standart koefisien sebesar 0,255.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayu Nurtika Dewi (2014). Dalam penelitiannya lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung, hal ini terlihat dari nilai signifikan 0,003 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung.

Ini menunjukkan bahwa dengan adanya lokasi atau aksesibilitas yang strategis akan meningkatkan peluang seseorang untuk menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Lokasi BPRS Artha Mas Abadi Pati mempengaruhi keputusan menjadi nasabah hal ini karena BPRS Artha Mas Abadi Pati aksesnya mudah yaitu terletak di pinggir jalan raya dan dekat dengan pemukiman sehingga nasabah yang ingin menabung jaraknya dekat dan mudah ditempuh.

3. Hubungan Masyarakat (X3) Berpengaruh Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil analisis data, hubungan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Diketahui nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5,832 > 1,984$ ) dan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05).  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu secara parsial hubungan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Dengan nilai standart koefisien sebesar 0,717.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitri Maisya. Dalam penelitiannya produk tabungan tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, dengan nilai sebesar -0,158 (sig=0,395).

Ini menunjukkan bahwa dengan adanya hubungan masyarakat yang baik akan meningkatkan peluang seseorang untuk menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Karena BPRS Artha Mas Abadi memberikan program-program yang secara positif bisa dirasakan oleh para nasabah dan juga masyarakat yaitu diantaranya membantu orang ketika ada yang meminta sumbangan, memberikan zakat kepada orang yang tidak mampu kepada tetangga dan kepada karyawan terutama, memberikan bantuan pendidikan berupa beasiswa, dan ketika ada bencana BPRS Artha Mas Abadi Pati juga memberikan bantuan. Selain itu komunikasi yang baik yang dilakukan BPRS Artha Mas Abadi Pati setiap ada permasalahan pada anggota nasabah. Dan juga pihak BPRS Artha Mas Abadi Pati selalu

membina hubungan yang baik dengan nasabah dan masyarakat. Semua hal tersebut menjadi salah satu alasan bahwa hubungan masyarakat mempengaruhi seseorang untuk menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati.

4. Produk Tabungan (X1), Lokasi (X2) dan Hubungan Masyarakat Berpengaruh Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y).

Produk tabungan, lokasi dan hubungan masyarakat secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji ANOVA atau F test. Dari hasil analisis uji  $F_{hitung}$  sebesar 104,671 dengan tingkat probabilitas 0,000 (signifikansi). Probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 dan  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $20,032 > 3.09$ ) maka, model regresi dapat dipergunakan untuk memprediksi keputusan menjadi nasabah atau dapat dikatakan bahwa variabel produk tabungan, lokasi dan hubungan masyarakat secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menjadi nasabah.

Dalam penelitian ini hasil regresi linier berganda dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan *Adjust R square* sebesar 0,762. ini berarti variabel produk tabungan, lokasi dan hubungan masyarakat yang diturunkan dalam model presentase sebesar 76,2% atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) sebesar 76,2%. Jadi sisanya sebesar 23,8% keputusan menabung dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang belum diteliti oleh penulis dan tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.