

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Distribusi Data

4.1.1 Data dan Sampel

Penulis dalam penelitian ini berhasil menyebarkan dan menghimpun kembali kuesioner kepada seratus responden yaitu kepada nasabah yang menggunakan jasa bank syariah mandiri di kota Bandar Lampung. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan selama bulan Desember 2018, berhasil dikumpulkan kembali jawaban kuesioner yang diisi lengkap sebanyak 95 kuesioner. Adapun ikhtisar dan pengembalian kuesioner pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Ikhtisar Distribusi dan Pengembalian Kuesioner

No	Keterangan	Jumlah Kuesioner	Persentase
1	Distribusi Kuesioner	100	100%
2	Kuesioner Tidak Kembali	5	5 %
3	Kuesioner Yang Diolah	95	95%
N Sampel = 95			
Responden Rate = $(95/100) \times 100\% = 95\%$			

Dari 100 kuesioner yang disebar, jumlah kuesioner yang kembali dan diisi secara lengkap hanya 95, dan ada 5 kuesioner yang tidak kembali. Berdasarkan data yang dihimpun dari 100 responden tersebut, maka dapat disajikan informasi umum tentang responden yaitu, jenis kelamin, usia dan pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.2, 4.3, dan 4.4 sebagai berikut.

4.1.2 Deskripsi Karakteristik

Para responden yang melakukan pengisian kuesioner kemudian akan diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Identifikasi ini

bertujuan untuk mengetahui karakteristik secara umum para responden penelitian. Tabel berikut Menunjukkan komposisi responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.2

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent
Laki-laki	56	58.9
Valid Perempuan	39	41.1
Total	95	100.0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Tabel 4.2 di atas menunjukkan responden terbesar berasal dari nasabah berjenis kelamin laki-laki berjumlah 56 orang atau 58,9 persen, sedangkan perempuan dengan jumlah 39 orang atau 41,1 persen. Untuk deskripsi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3

Data Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent
<20 Tahun	14	14.7
Valid 20-29 Tahun	45	47.4
30-39	20	21.1
40-49	13	13.7
>50 Tahun	3	3.2
Total	95	100.0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Tabel 4.3 di atas menunjukkan responden terbesar berasal dari nasabah dengan usia 20 – 29 tahun berjumlah 45 orang atau 47,4 persen, responden lainnya berusia 30 - 39 tahun dengan jumlah 20 orang atau 21,1 persen, selanjutnya responden dibawah

umur 20 tahun dengan jumlah 14 orang atau 14,7 persen responden berusia 40-49 tahun dengan jumlah 13 orang atau 13,7 persen dan responden dengan umur diatas 50 tahun berjumlah 3 orang atau 3,2 persen. Untuk deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4

Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

	Frequenc y	Percent
SMA	36	37.9
Diploma	23	24.2
Valid Sarjana	33	34.7
Pascasarjana	3	3.2
Total	95	100.0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Tabel 4.4 di atas menunjukkan responden terbesar berasal dari nasabah berpendidikan terakhir SMA dengan jumlah 36 orang atau 37,9 persen, kemudian berpendidikan S1 berjumlah 33 orang atau 34,7 persen, lalu berpendidikan Diploma berjumlah 23 orang atau 24,2 persen dan berpendidikan S2 berjumlah 3 orang atau 3,2 persen. Untuk deskripsi responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.5

Data Responden Berdasarkan Lama Kerja

	Frequency	Percent
PNS	17	17.9
Wirasuasta/Pedagang	25	26.3
Valid Pegawai Swasta	36	37.9
Lain lain	17	17.9
Total	95	100.0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Tabel 4.5 di atas menunjukkan responden terbesar berasal dari nasabah dengan pekerjaan Pegawai swasta berjumlah 36 orang atau 37,9 persen, kemudian reeponden pekerjaan wiraswasta sebanyak 25 orang atau 26,3 persen, lalu responden dengan pekerjaan PNS sebanyak 17 orang atau 17,9 persen, dan responden dengan pekerjaan lain lain sebanyak 17 orang atau 17,9 persen.

4.1.3 Deskriptif Jawaban Responden

1. Jawaban responden terhadap variabel diferensiasi produk (x_1)

Tanggapan responden mengenai keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung dalam hal diferensiasi produk dapat dilihat pada table berikut :

Table 4.6

Tabel pertanyaan dan jawab responden mengenai variable diferensiasi produk (x_1)

Butir Pertanyaan	Jawaban										
	ST		S		C		TS		STS		
	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	
Tabungan BSM yang ditawarkan berbeda dengan produk tabungan bank lain	10	10,5	68	71,6	12	12,6	2	2,1	3	3,2	365
Tabungan BSM dirancang sesuai dengan selera nasabah	11	11,6	52	54,7	24	25,3	5	5,3	3	3,2	348
Karyawan BSM bertindak ramah dan sopan kepada para nasabah	12	12,6	54	56,8	23	24,2	1	1,1	5	5,3	352
Nasabah menyukai kemudahan yang diberikan tanpa berbelit-belit	5	5,3	68	71,6	18	18,9	1	1,1	3	3,2	356

Karyawan BSM memberikan penjelasan dan berkomunikasi dengan baik kepada para nasabah	7	7,4	63	66,3	18	18,9	5	5,3	2	2,1	353
Karyawan BSM selalu sigap dalam melayani para nasabah	10	10,5	62	65,3	17	17,9	3	3,2	3	3,2	358
Karyawan BSM mengemban amanat para nasabah dengan baik	10	10,5	60	63,2	13	13,7	7	7,4	5	5,3	348
											2480/7
Rata-rata											354

Agar lebih mudah menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, maka dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan responden. Prinsip kategorisasi jumlah skor tanggapan responden diadopsi dari teori Sugiyono (2009), yaitu berdasarkan rentang skor maksimum dan skor minimum, kemudiandibagijumlah kategori yang diinginkan dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{\text{Skor Maksimu} - \text{Skor minimum}}{5}$$

Keterangan :

Skor Maksimum = Jumlah responden x 5

Skor minimum = Jumlah responden x 1

Selanjutnya untuk menganalisa seberapa besar pengaruh variable diferensiasi produk terhadap keputusan konsumen diperlukan rumus nilai rentan sebagai berikut :

$$R = \frac{95 \times 5 - 95 \times 1}{5} = 76$$

Berdasarkan rumus diatas diperoleh nilai rentan sebesar 76.

Table 4.7

Table rentang skor dan penilaian

Rentang Skor	Penilaian
95 - 171	sangat tidak berpengaruh
172 - 248	tidak berpengaruh
249 - 325	cukup berpengaruh
326 - 402	Berpengaruh
403 - 479	sangat berpengaruh

Pada table 4.6 diatas di peroleh hasil rata rata yaitu sebesar 354, berdasarkan table rentang diatas maka posisi nilai rata rata ini berada dalam rentang 326-383, hal ini menunjukkan bahwa penilaian variable diferensiasi produk (x_1) berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung.

2. Jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan (x_2)

Tanggapan responden mengenai keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung dalam hal kualitas pelayanan dapat dilihat pada table berikut :

Table 4.8

Tabel pertanyaan dan jawab responden mengenai variable kualitas pelayanan (x_2)

Butir Pertanyaan	Jawaban										
	ST		S		C		TS		STS		
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	
Gedung yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri bersih, aman dan nyaman	11	11,6	68	71,6	11	11,6	3	3,2	2	2,1	368

Bank Syariah Mandiri memiliki ketersediaan fasilitas penunjang seperti ATM dan mesin untuk mengambil nomor antrian	9	9,5	65	68,4	17	17,9	3	3,2	1	1,1	363
Penampilan pegawai Bank Syariah Mandiri rapi dan ramah	15	15,8	60	63,2	14	14,7	3	3,2	3	3,2	366
Bank Syariah Mandiri memiliki ketersediaan tempat parkir yang luas	15	15,8	48	50,5	27	28,4	3	3,2	2	2,1	356
Pegawai Bank Syariah Mandiri Kota Bandar Lampung cukup handal dalam memberikan pelayanan yang benar pada waktu yang tepat dalam melayani nasabahnya	13	13,7	66	69,5	9	9,5	2	2,1	5	5,3	365
Bank Syariah Mandiri selalu beroperasi sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan	13	13,7	56	58,9	20	21,1	2	2,1	4	4,2	357
Karyawan Bank Syariah Mandiri mampu membantu nasabah dalam menghadapi masalah	15	15,8	64	67,4	11	11,6	2	2,1	3	3,2	371
Karyawan Bank Syariah Mandiri mampu menyelesaikan semua	11	11,6	63	66,3	17	17,9	0	0	4	4,2	362

Berdasarkan table 4.8 diatas di peroleh hasil rata rata yaitu sebesar 359, berdasarkan table rentang diatas maka posisi nilai rata rata ini berada dalam rentang 326-383, hal ini menunjukkan bahwa penilaian variable kualitas pelayanan (x_2) berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung.

3. Jawaban responden terhadap variabel bagi hasil (x_3)

Tanggapan responden mengenai keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung dalam hal bagi hasil dapat dilihat pada table berikut :

Table 4.9

Tabel pertanyaan dan jawab responden mengenai variable bagi hasil (x_3)

Butir Pertanyaan	Jawaban										
	ST		S		C		TS		STS		
	f	%	F	%	F	%	f	%	f	%	
Bank Syariah Mandiri memberikan keuntungan dengan sistem bagi hasil	23	24,2	50	52,6	15	15,8	5	5,3	2	2,1	372
Bank Syariah Mandiri memberikan banyak manfaat bagi nasabah yang menggunakan jasa BSM	18	18,9	58	61,1	14	14,7	3	3,2	2	2,1	372
Bank Syariah Mandiri memberikan kerjasama yang adil kepada nasabahnya.	20	21,1	58	61,1	15	15,8	2	2,1	0	0	381
Bank Syariah Mandiri memberikan kesepakatan yang jujur antara pihak	7	7,4	65	68,4	17	17,9	4	4,2	2	2,1	356

bank dan nasabahnya.										
										1481/4
Rata-rata										370

Pada table diatas di peroleh hasil rata rata yaitu sebesar 370, berdasarkan table 4.7 rentang diatas maka posisi nilai rata rata ini berada dalam rentang 326-383, hal ini menunjukkan bahwa variable bagi hasil (x_3) berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakn jasa bank syariah mandiri kota Bandar lampung.

4.1.4 Statistik Deskriptif

Dari 95 data tersebut dilakukan olah data secara statistik deskriptif dan hasilnya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.10

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
diferensiasi Produk (x_1)	95	22	39	33.64	3.464
Kualitas pelayanan (x_2)	95	39	64	56.79	5.619
Bagi Hasil (x_3)	95	10	19	15.59	1.710
Keputusan Konsumen (Y)	95	24	43	36.06	3.870
Valid N (listwise)	95				

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Dari tabel 4.10 di atas untuk masing – masing variabel yaitu: untuk variabel diferensiasi produk diketahui total skor jawaban maksimum adalah 39, dan jawaban terendah 22, sedangkan rata-rata jawaban adalah 33,64, untuk variabel kualitas pelayanan diketahui total skor jawaban maksimum adalah 64 dan jawaban terendah 39, sedangkan rata-rata jawaban adalah 56,79, untuk variabel bagi hasil diketahui total skor jawaban maksimum adalah 19 dan jawaban terendah 10, sedangkan rata-rata jawaban adalah 15,59 kemudian untuk variabel keputusan konsumen diketahui total skor jawaban maksimum adalah 43 dan jawaban terendah 24, sedangkan rata-rata jawaban adalah 36,06. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

dependen dan independen memiliki hasil baik karena standar deviasi mencerminkan penyimpangan lebih rendah dari nilai mean (Ghozali,2011).

4.2 Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Menurut Prayitno (2010) dalam Saputra E (2018) uji validitas adalah untuk menguji ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pada penelitian ini penulis menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Product Moment Pearson) untuk melakukan pengujian validitas, dengan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Selanjutnya $r \text{ tabel}$ dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data $N = 95$, maka didapat $r \text{ tabel}$ sebesar 0,201. Dan $r \text{ tabel}$ yang didapat tersebut dibandingkan dengan besarnya nilai r hasil perhitungan statistik atau $r \text{ hitung}$ yang dapat dilihat pada masing-masing variabel dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Keputusan Konsumen

Indikator	r Hitung	r Tabel	Kondisi	Keterangan
Item2	0,308	0,201	$r \text{ Hitung} > r \text{ Tabel}$	Valid
Item3	0,354	0,201	$r \text{ Hitung} > r \text{ Tabel}$	Valid
Item4	0,289	0,201	$r \text{ Hitung} > r \text{ Tabel}$	Valid
Item5	0,528	0,201	$r \text{ Hitung} > r \text{ Tabel}$	Valid
Item6	0,686	0,201	$r \text{ Hitung} > r \text{ Tabel}$	Valid

Item8	0,715	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item9	0,472	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item10	0,721	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Diferensiasi Produk

Indikator	r Hitung	r Tabel	Kondisi	Keterangan
Item1	0,398	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item3	0,502	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item5	0,378	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item6	0,422	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item7	0,480	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item8	0,481	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item9	0,577	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Indikator	r Hitung	r Tabel	Kondisi	Keterangan
Item1	0,257	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item2	0,288	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item3	0,546	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item4	0,256	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item5	0,434	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item6	0,281	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item7	0,343	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item8	0,448	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item9	0,413	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item10	0,377	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item11	0,600	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid

Item12	0,320	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item13	0,672	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item14	0,306	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item15	0,615	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas Bagi Hasil

Indikator	r Hitung	r Tabel	Kondisi	Keterangan
Item1	0,259	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item2	0,366	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item3	0,355	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid
Item4	0,520	0,201	$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019.

Berdasarkan Tabel uji validitas dapat disimpulkan bahwa 34 butir pertanyaan mempunyai nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%) atau $r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian telah memenuhi syarat validitas.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Penulis menggunakan pengujian reliabilitas dengan metode belah dua (*Split-half method*). Menurut R.Gunawan Sudarmanto 2013 syarat reliabilitas adalah sebagai berikut :

Pertanyaan didalam instrumen atau angket dikatakan Reliabel apabila : $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan (sig) $< \alpha = 0,05$.

Hasil pengujian reliabilitas terhadap item-item pertanyaan pada variabel keputusan konsumen, diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan bagi hasil dapat dilihat pada

output *Reliability Statistics* dari harga koefisien korelasi belah dua pada tabel dibawah ini:

Table 4.15

Reliability Statistics			
		Value	.750
Cronbach's Alpha	Part 1	N of Items	17 ^a
		Value	.829
	Part 2	N of Items	17 ^b
	Total N of Items		34
Correlation Between Forms			.702
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.825
	Unequal Length		.825
Guttman Split-Half Coefficient			.819

a. The items are: Pertanyaan 1, Pertanyaan 3, Pertanyaan 5, Pertanyaan 6, Pertanyaan 7, Pertanyaan 8, Pertanyaan 9, Pertanyaan 1, Pertanyaan 2, Pertanyaan 3, Pertanyaan 4, Pertanyaan 5, Pertanyaan 6, Pertanyaan 7, Pertanyaan 8, Pertanyaan 9, Pertanyaan 10.

b. The items are: Pertanyaan 11, Pertanyaan 12, Pertanyaan 13, Pertanyaan 14, Pertanyaan 15, Pertanyaan 1, Pertanyaan 2, Pertanyaan 3, Pertanyaan 4, Pertanyaan 2, Pertanyaan 3, Pertanyaan 4, Pertanyaan 5, Pertanyaan 6, Pertanyaan 8, Pertanyaan 9, Pertanyaan 10.

Pada table diatas diperoleh hasil bahwa koefisien Alpa dari Cronbach untuk 17 pertanyaan atau item bagian pertama sebesar 0,750 sedangkan untuk koefisien Alpa dari cronbach untuk 17 pertanyaan selanjutnya atau item bagian kedua sebesar 0,829. Pembuatan kelompok atau pembelahan menjadi dua didasarkan kelompok nomor kecil dan kelompok nomor besar yaitu 1-17 sebagai kelompok pertama dan 18-34 sebagai kelompok kedua.

Hasil uji coba angket atau instrument setelah dianalisis menunjukkan harga koefisien korelasi belah dua dari Guttman Split-Half Coefficient sebesar 0,819 sedangkan harga koefisien korelasi table sebesar 0,201 menggunakan ukuran atau kriteria tersebut menunjukkan r hitung $>$ r table dengan metode dua arah demikian dapat dinyatakan bahwa angket atau instrument tersebut realibel.

4.3 Pengujian Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat masalah asumsi klasik maka model regresi tersebut masih memiliki bias. Jika suatu model masih terdapat adanya masalah asumsi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model untuk menghilangkan masalah tersebut. Pengujian asumsi klasik akan dilakukan berikut ini:

4.3.1 Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali,2011). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Ada dua cara yang dilakukan untuk mengetahui variabel berdistribusi normal atau tidak yaitu, analisis grafik dan uji statistik.

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik *non-parametrik Kolmogorov–Smirnov* (KS). Alat uji ini digunakan untuk memberikan angka angka yang lebih detail agar dapat menguatkan apakah terjadi normalitas atau tidak dalam data – data yang digunakan (Ghozali,2011). Dalam uji Kolmogorov–Smirnov, suatu data dikatakan normal jika nilai *asymptotic significance* lebih dari 0,05 (Ghozali, 2011). Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 4.16
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.04447498
	Absolute	.067
Most Extreme Differences	Positive	.049
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		.655
Asymp. Sig. (2-tailed)		.784

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019.

Dari output di atas dapat dilihat pada kolom Kolmogorov –Smirnov dan dapat diketahui bahwa nilai Asymp. signifikansi untuk semua variabel yang lebih besar dari 0,05, maka sesuai pernyataan Prayitno (2010) dalam Saputra E (2018) dapat disimpulkan bahwa populasi berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas ini untuk mengetahui apakah terdapat inter korelasi yang sempurna diantara beberapa variabel bebas yang digunakan dalam model. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3.739	2.373		-1.576	.119		
Diferensiasi produk	.220	.093	.199	2.370	.020	.502	1.990
Kualitas pelayanan	.304	.060	.476	5.109	.000	.411	2.436
Bagi hasil	.598	.151	.285	3.975	.000	.693	1.444

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.21 menunjukkan nilai tolerance $> 0,10$ untuk variabel Diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan bagi hasil yaitu sebesar 0,502; 0,411; 0,693 Sedangkan nilai VIF kurang dari 10 untuk semua variabel bebas tersebut, yaitu; 1,990; 2,436; dan 1,444. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model regresi penelitian ini adalah tidak mengalami multikolinearitas (Ghozali, 2011).

4.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan dari residual pada model regresi. Pada pembahasan ini dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.822	1.464		1.928	.057
Diferensiasi Produk	.017	.057	.043	.294	.769
Kualitas Pelayanan	-.057	.037	-.251	-1.559	.123
Bagi Hasil	.101	.093	.134	1.085	.281

a. Dependent Variable: Ares

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$ untuk variabel diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan bagi hasil. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak mengalami heterokedastisitas.

4.4 Pengujian Hipotesis

4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian pengaruh variabel yaitu diferensiasi produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), bagi hasil (X_3) terhadap keputusan konsumen (Y) dari hasil olah data dapat dirumuskan sebagai berikut:

Table 4.19
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.739	2.373		-1.576	.119
Diferensiasi Produk	.220	.093	.199	2.370	.020
Kualitas Pelayanan	.304	.060	.476	5.109	.000
Bagi Hasil	.598	.151	.285	3.975	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

dari tabel diatas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = -3,739 + 0,220X_1 + 0,304X_2 + 0,598X_3 + et, \text{ artinya};$$

Dari hasil persamaan tersebut dapat dilihat hasil sebagai berikut :

- a. Nilai koefisien regresi variable diferensiasi produk terhadap keputusan konsumen sebesar 0,220 nilai ini menunjukkan bahwa setiap penurunan/peningkatan diferensiasi produk sebesar 1 satuan diprediksi akan meningkatkan (+) keputusan konsumen sebesar 0,220.
- b. Nilai koefisien regresi variable kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen sebesar 0,304 nilai ini menunjukkan bahwa setiap penurunan/peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan diprediksi akan meningkatkan (+) keputusan konsumen sebesar 0,304.
- c. Nilai koefisien regresi variable bagi hasil terhadap keputusan konsumen sebesar 0,598 nilai ini menunjukkan bahwa setiap penurunan/peningkatan bagi hasil sebesar 1 satuan diprediksi akan meningkatkan (+) keputusan konsumen sebesar 0,598.

Berdasarkan uji regresi di atas dapat disimpulkan bahwa variable yang dominan atau yang sangat besar pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung yaitu variable bagi hasil dengan nilai koefisien sebesar 0,598.

4.4.2 Uji Hipotesis (Uji t)

1. Pengujian koefisien regresi variabel diferensiasi produk

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 karena uji dua sisi maka 2,5% dan $n = 95$ diperoleh t tabel sebesar = 1,985. Sedangkan t hitung dilihat dari output olah data adalah 2,370 (t hitung > t tabel) maka berdasarkan uji t ini disimpulkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung.

2. Pengujian koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 karena uji dua sisi maka 2,5% dan $n = 95$ diperoleh t tabel sebesar = 1,985. Sedangkan t hitung dilihat dari output olah data adalah 5,109 (t hitung > t tabel) maka berdasarkan uji t ini disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung.

3. Pengujian koefisien regresi variabel bagi hasil

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 karena uji dua sisi maka 2,5% dan $n = 95$ diperoleh t tabel sebesar = 1,985. Sedangkan t hitung dilihat dari output olah data adalah 3,975 (t hitung > t tabel) maka berdasarkan uji t ini disimpulkan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung.

4.4.3 Uji Koefisien determinasi

Sedangkan angka koefisien korelasi dan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel *Model Summary* sebagai berikut:

Table 4.20

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822 ^a	.676	.665	2.078

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayananana

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Menurut Sugiyono (2012) dalam Saputra E (2018) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

- 0,00 – 0,199 = sangat rendah
- 0,20 – 0,399 = rendah
- 0,40 – 0,599 = sedang
- 0,60 – 0,799 = tinggi
- 0,80 – 1,000 = sangat tinggi

Dari hasil olah data (output) diperoleh nilai Koefisien korelasi (R) sebesar 0,822, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang masuk kategori sangat tinggi antara diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah kota Bandar Lampung. Dan dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,676 atau 67,6 % maka dapat dikatakan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan bagi hasil) terhadap variabel dependen keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah sebesar 67,6 % sedangkan sisanya sebesar 32,4 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

4.4.4 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA dari hasil analisis regresi linier berganda. Tahap-tahap untuk melakukan uji F adalah:

Table 4.21

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	819.681	3	273.227	63.281	.000 ^b
	Residual	392.909	91	4.318		
	Total	1212.589	94			

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayananana

1. Merumuskan Hipotesis

HO : $b_1 = b_2 = 0$, artinya variasi dari model regresi tidak berhasil menerangkan variasi variabel bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas (variabel terikat)

Ha : $b_1 \neq b_2 \neq 0$, artinya variasi dari model regresi berhasil menerangkan variasi variabel bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas (variabel terikat)

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)

3. Menentukan F hitung

Berdasarkan output olah data diperoleh F hitung sebesar 63,281

4. Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$ maka diperoleh F tabel untuk $n = 95$ sebesar 3,10 karena F hitung > dari F tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima atau ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Sehingga berdasarkan uji F diatas dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara diferensiasi produk,kualitas pelayanan dan bagi hasil secara

simultan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri kota Bandar Lampung.

4.5 Pembahasan

Penelitian ini telah berhasil membuktikan tentang pengaruh diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri dikota Bandar Lampung. Adapun hasil pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.5.1 Pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung

Berdasarkan hasil uji regresi pada tabel 4.19 maka dapat dikatakan bahwa diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri dikota Bandar Lampung. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar di lapangan strategi diferensiasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri dikarenakan produk tabungan BSM memiliki nilai lebih dari produk tabungan yang ditawarkan oleh bank lain, selain itu produk tabungan BSM merupakan produk tabungan yang dirancang sesuai selera nasabah, serta dalam segi pelayanan lembaga bank syariah mandiri kota Bandar Lampung telah memberikan layanan yang baik kepada para nasabah baik dari segi berbicara, berhadapan dengan nasabah, serta menjelaskan dalam menawarkan produk, para karyawan juga menjelaskan dengan sopan dan ramah. Selalu sigap dalam melayani nasabah. Sehingga mampu menumbuhkan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa atau produk bank syariah mandiri.

Hasil Penelitian ini didukung oleh teori Jeff Madura (2001) dalam bukunya pengantar bisnis diferensiasi produk adalah upaya dari perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing dalam suatu sifat yang membuat lebih diinginkan. Sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa strategi diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung dapat diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ayu Rizki Fadhilah (2016) dan Ramadahani Harri Pratama (2013) yang menyatakan bahwa strategi diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

4.5.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil uji regresi pada tabel 4.19 maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri dikota Bandar Lampung. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen, setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus menjadi misi utama bagi sebuah perusahaan dimana kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan.

Hasil Penelitian ini didukung oleh teori J. Paul Peter dan Jerry C. Oleson (2000) yang menyatakan pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dia konsumsi dapat diterima atau dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan dan juga perusahaan harus memperhatikan mutu dari jasa (*service quality*) dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Archana Raje, dan Vandana Tandon Khanna (2012) dan Rukmini (2016) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.5.3 Pengaruh bagi hasil terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri kota Bandar Lampung

Berdasarkan hasil uji regresi pada tabel 4.19 maka dapat dikatakan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa bank syariah mandiri dikota Bandar Lampung. Bagi hasil sebagai pembagian hasil usaha antara bank sebagai pengelola dengan nasabah pembagian hasil usaha antara bank dan nasabah berdasarkan kesepakatan. Bagi hasil yaitu suatu konsep untuk pengembalian atau pemberian bagian atas investasi yang telah dilakukan yang berdasarkan periode atau waktu tertentu, dimana besar kecilnya tidak tetap atau pasti. Adanya pengaruh besar nisbah dan yang telah ditetapkan di awal investasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi besar kecilnya bagi hasil yang diterima.

Hasil Penelitian ini didukung oleh teori Didin dalam Hamidi (2003) yang menyatakan bagi hasil dalam syariah tidak mengenal pemberlakuan keuntungan mutlak dimuka kepada para investornya. Keuntungan bagi hasil yang diterima tidak tetap tetapi sesuai dengan keuntungan yang diperoleh bank. Sebaliknya, diperjanjikan pula bila usaha mengalami kerugian, maka baik investor maupun pengelola dana yang menjalankan proyek akan menanggung secara bersama-sama sesuai dengan *share* yang dimiliki.

Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh Miraza (2011) hasil penelitian uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa bagi hasil dan kualitas produk secara serempak berpengaruh sangat signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tanjung Balai dan secara parsial variabel bagi hasil berpengaruh dominan dari pada kualitas produk. Penelitian yang dilakukan oleh Daulay (2014) Hasil uji F dan uji t menunjukkan bahwa pelayanan, bagi hasil dan keyakinan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.