

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum PT. BPRS Bhakti Sumekar

Dengan dikeluarkannya Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah daerah serta Peraturan Pemerintah Nomor 25 mengenai Kewenangan Pemerintah serta Kewenangan Propinsi selaku daerah otonom, maka kewenangan otonom saat ini sudah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut meliputi penanganan seluruh urusan rumah tangga daerah selaku lembaga beserta perangkatnya, dan untuk meningkatkan serta mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan pemasukan Asli Daerah (PAD). Pemerintah Kabupaten Sumenep sangat membutuhkan peran lembaga keuangan yang diharapkan mampu memenuhi tujuan tersebut. Dimana pada gilirannya, lembaga keuangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan serta mendayagunakan perekonomian daerah guna tercapainya kesejahteraan masyarakat daerah secara menyeluruh.

Bentuk lembaga keuangan yang ideal yang sesuai dengan keadaan daerah Sumenep ialah Lembaga Keuangan Mikro, dalam hal ini yakni Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Untuk memenuhi maksud serta tujuan tersebut di atas, maka Pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi terhadap Bank Perkreditan Rakyat yang berdomisili di Sidoarjo yakni PT. BPR Dana Merapi yang kemudian direlokasi ke Kabupaten Sumenep. Rencana akuisisi oleh Pemerintah Kabupaten Sumenep sudah mendapatkan rekomendasi serta persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Sumenep pada

tanggal 19 November 2001 dengan Nomor 910/953/435.040/2001 serta telah disetujui pula oleh Bank Indonesia pada tanggal 20 Februari 2002 dengan surat persetujuan No. 4/5/DPBPR/P3BPR/Sb. Untuk melakukan akuisisi terhadap PT. Dana Merapi, Pemerintah Kabupaten Sumenep membuat *Memorandum Of Understanding* (MOU) serta surat Perjanjian Kerja Sama Pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Kabupaten Sumenep No. 910/608b/435.304/200-1011/BMI/PKS/XII/2001 yang ditandatangani oleh Bupati Sumenep dan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk pada 27 Desember 2001. Dimana dalam MOU tersebut, pihak PT. Bank Muamalat Indonesia selaku pelaksana dalam proses pengambilalihan BPR serta bertanggungjawab terhadap pemberian konsultasi untuk perijinan, rekrutmen, pelatihan, serta pembinaan.

Dalam perkembangannya PT. Dana Merapi sudah mengalami perubahan nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar dengan Akte No. 24 tanggal 16 September 2002 oleh Notaris Karuniawan Surjanto, SH notaris di Sidoarjo serta persetujuan dari Bank Indonesia No. 04/8//KEP/PBI/sb/2002 pada tanggal 11 November 2003. Serta mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, No. C-19351 NT.01.04 pada Tahun 2002 tanggal 08 Oktober 2002 tentang persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas. Kemudian untuk mengukuhkan pendirian PT. BPRS Bhakti Sumekar-Sumenep, Pemkab Sumenep telah mengesahkan dalam sebuah Peraturan Daerah No. 6 Tahun 2003 pada tanggal 31 Juli 2003 tentang pendirian PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar. Pergantian sistem konvensional menjadi syariah serta pergantian nama dari PT. BPR Bhakti Sumekar menjadi PT. BPRS Bhakti Sumekar dalam akte notaris Sukarini, SH notaris di Sidoarjo No. 1 pada tanggal 1

November 2003 sudah mendapatkan pengesahan Departemen Kehakiman RI serta HAM RI No. C-01389 HT.01.04.TH.2004 pada tanggal 19 Januari 2004 serta persetujuan izin prinsip Bank Indonesia No. 6/606/DPbs Jakarta pada tanggal 21 Mei 2004 dan Bank Indonesia Cabang Surabaya No. 6/353/DPBPR/Sb pada tanggal 22 Juni 2004.¹

2. Visi dan Misi PT. BPRS Bhakti Sumekar

a. Visi

“ Terwujudnya masyarakat yang makin sejahtera dengan dilandasi nilai-nilai agama dan budaya”

b. Misi

- 1) Intermediasi antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasarkan syariah.
- 2) Membantu melaksanakan perberdayaan pengusaha ekonomi kecil menengah.
- 3) Mengupayakan peningkatan pendapatan asli daerah.²

3. Lokasi PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

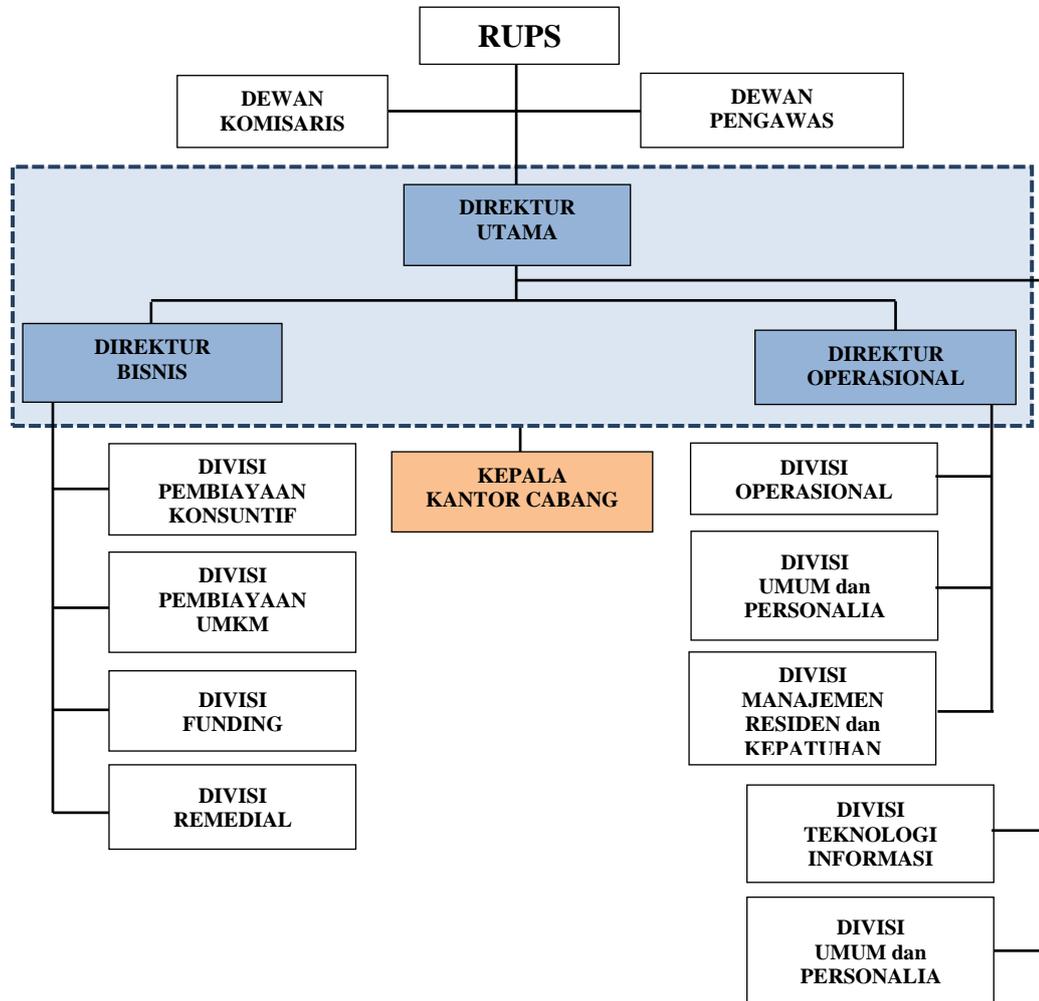
Kantor cabang yang menjadi objek peneliti dalam penelitian ini yaitu BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yang terletak di Jalan Masegit, Gladak Anyar, No. 33 Pamekasan.

4. Struktur Organisasi PT. BPRS Bhakti Sumekar

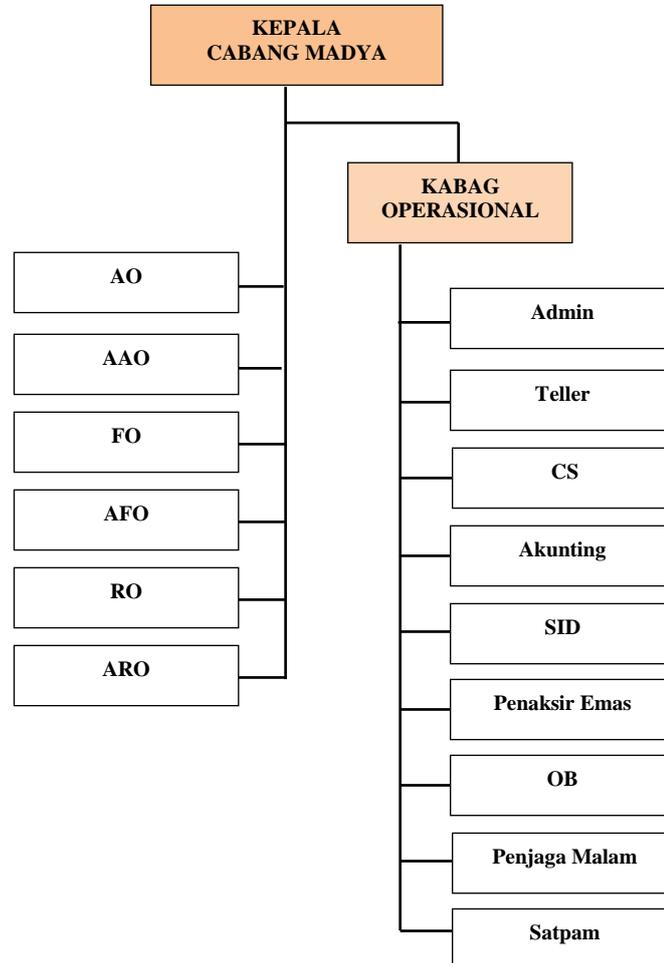
¹ BPRS Bkahti Sumekar, *Latar Belakang*, diakses dari <https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tentang-bbs/#latar> pada tanggal 31 Maret 2021 pukul 12:06 WIB.

² BPRS Bkahti Sumekar, *Visi dan Misi*, diakses dari <https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tentang-bbs/#visi> pada tanggal 31 Maret 2021 pukul 12:06 WIB

Gambar 2
Struktur Organisasi PT. BPRS Bhakti Sumekar Pusat Sumenep



GAMBAR 3
Struktur Organisasi PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan



5. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner atau angket kepada nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Alasan penyebaran angket/kuesioner diberikan kepada nasabah BPRS Bhakti Sumekar, karena peneliti ingin mengetahui adakah pengaruh serta seberapa besar pengaruh pengetahuan dan keberagaman produk terhadap keputusan nasabah memilih

BPRS Bhakri Sumekar Cabang Pamekasan. Penelitian ini menyebar sebanyak 100 angket/kuesioner kepada nasabah BPRS Bhakri Sumekar Cabang Pamekasan. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampel aksidental yaitu sampel yang diambil berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan bertemu cocok sebagai sumber data.

Berikut rincian pengumpulan data penelitian dengan kuesioner yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4
Rincian Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner yang disebar	100
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	100
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

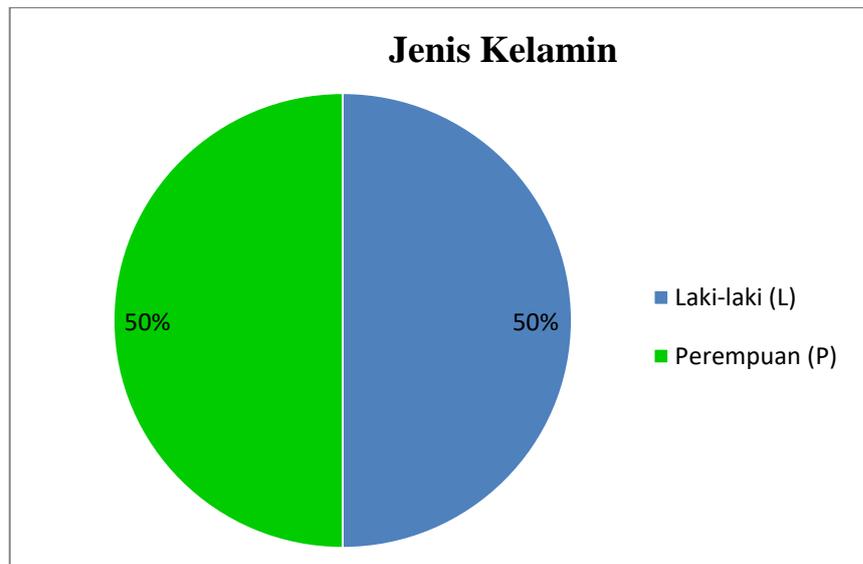
b. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil penelitian. Dalam penelitian ini, responden memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik responden tersebut terdiri dari:

1) Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan di Jalan Masegit, Gladak Anyar, No. 33 Pamekasan yang menjadi responden adalah sebagai berikut.

Gambar 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



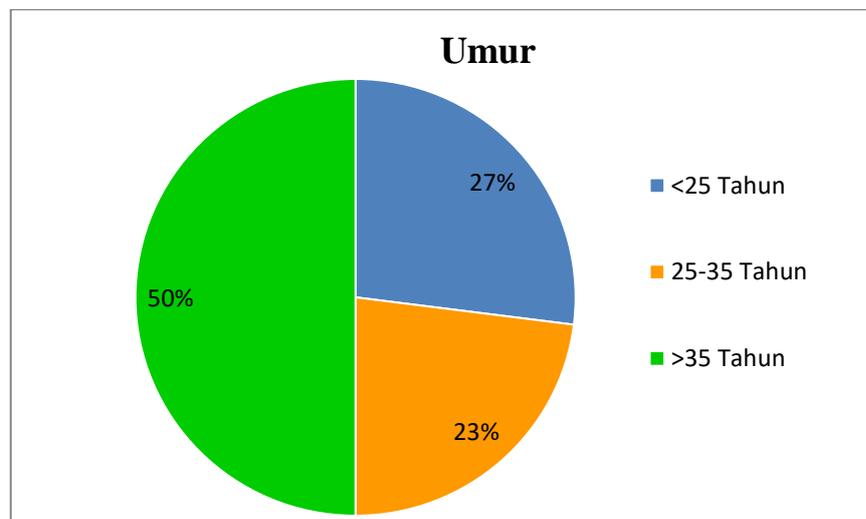
Sumber: Output Excel, data primer yang diolah, 2021.

Berdasarkan pada keterangan gambar di atas, dapat diketahui bahwa informasi responden berdasarkan jenis kelamin, responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 50 orang dengan persentase 50% dan untuk jenis kelamin perempuan berjumlah 50 orang dengan persentase 50%. Dengan demikian, nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yang menjadi responden dalam penelitian ini dengan karakteristik jenis kelamin adalah tidak didominasi oleh jenis kelamin laki-laki ataupun perempuan atau dapat dikatakan setara.

2) Umur Responden

Umur nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan di Jalan Masegit, Gladak Anyar, No. 33 Pamekasan yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

Gambar 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



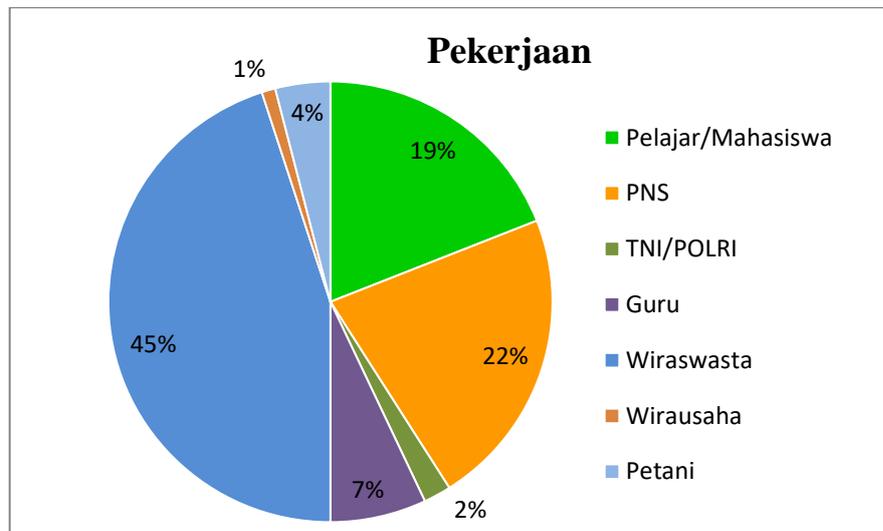
Sumber: Output Excel, data primer yang diolah, 2021.

Berdasarkan pada keterangan gambar di atas, dapat diketahui bahwa informasi responden berdasarkan umur, responden yang umurnya <25 tahun berjumlah 27 orang dengan persentase 27%, responden yang umurnya 25-35 tahun berjumlah 23 orang dengan persentase 23%, dan responden dengan umur >35 tahun berjumlah 50 orang dengan persentase 50%. Dengan demikian nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yang menjadi responden dalam penelitian ini dengan karakteristik umur didominasi oleh nasabah yang berumur >35 tahun.

3) Pekerjaan Responden

Pekerjaan nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan di Jalan Masegit, Gladak Anyar, No. 33 Pamekasan yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

Gambar 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Output Excel, data primer yang diolah, 2021.

Berdasarkan pada keterangan gambar di atas, dapat diketahui bahwa informasi responden berdasarkan pekerjaan, responden yang pekerjaannya pelajar/mahasiswa berjumlah 19 orang dengan persentase 19%, responden yang pekerjaannya PNS berjumlah 22 orang dengan persentase 22%, responden yang pekerjaannya TNI/POLRI berjumlah 2 orang dengan persentase 2%, responden yang pekerjaannya guru berjumlah 7 orang dengan persentase 7%, responden yang pekerjaannya wiraswasta berjumlah 45 orang dengan persentase 45%, responden yang pekerjaannya wirausaha berjumlah 1 orang dengan persentase 1%, dan responden yang pekerjaannya petani berjumlah 4 orang dengan persentase 4%. Dengan demikian nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yang menjadi responden dalam penelitian ini dengan karakteristik berdasarkan pekerjaan didominasi oleh nasabah yang pekerjaannya sebagai wiraswasta.

c. Skala Pengukuran Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, di mana kuesioner tersebut diberikan kepada nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan sebagai tanggapan responden dalam penelitian ini. Variabel *Independent* terdiri dari pengetahuan produk (X1) dengan jumlah pernyataan sebanyak 4 butir dan keberagaman produk (X2) dengan jumlah pernyataan sebanyak 4 butir. Sedangkan variabel *dependent* yaitu keputusan nasabah (Y) dengan jumlah pernyataan sebanyak 6 butir. Sehingga jumlah keseluruhan pernyataan adalah sebanyak 14 butir.

Untuk menjawab rumusan masalah, maka dilakukan kriteria penilaian sebagai berikut:

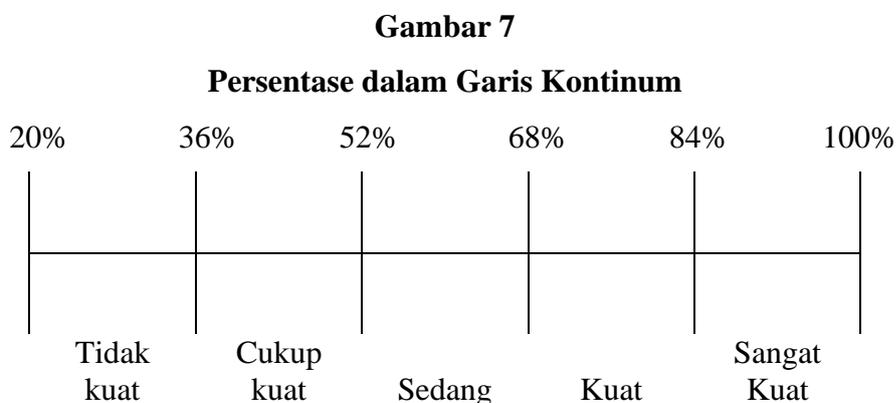
- 1) Nilai kumulatif adalah nilai dari setiap pernyataan yang merupakan jawaban setiap pernyataan yang merupakan jawaban dari responden.
- 2) Persentase adalah nilai kumulatif item dibagi dengan nilai frekuensinya dikalikan 100%.
- 3) Jumlah responden adalah 100 nasabah, dengan nilai skala pengukuran terbesar adalah 5 dan nilai skala pengukuran terkecil adalah 1. Sehingga diperoleh jumlah kumulatif terbesar adalah $100 \times 5 = 500$ dan jumlah kumulatif terkecil adalah $100 \times 1 = 100$. Adapun nilai persentase terkecil adalah $(100:500) \times 100\% = 20\%$. Nilai rentang + $100\% - 20\% = 80\%$, jika dibagi 5 skala pengukuran maka didapat nilai interval presentase sebesar 16%. Maka kategori interpretasi skor dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5
Kategori Interpretasi Skor

Hasil Perhitungan	Kategori
20% s/d 35%	Tidak Kuat
36% s/d 51%	Cukup Kuat
52% s/d 67%	Sedang
68% s/d 83%	Kuat
84% s/d 100%	Sangat Kuat

Sumber: Data olah primer, 2021

Dari interpretasi skor diatas, dapat digambarkan persentase garis kontinum sebagai berikut:



Garis kontinum adalah garis yang digunakan untuk menganalisa, mengukur, dan menunjukkan seberapa besar tingkat kekuatan variabel yang sedang diteliti, sesuai dengan instrumen yang digunakan. Berikut Tabel menjelaskan tentang seberapa besar tingkat kekuatan variabel dalam penelitian ini:

Tabel 6
Perolehan Persentase Variabel

No.	Variabel	Persentase	Kategori
1.	Pengetahuan Produk	88%	Sangat kuat
2.	Keberagaman Produk	86%	Sangat kuat
3.	Keputusan Nasabah	85%	Sangat kuat

Perhitungan variabel berdasarkan Tabel 6 dijelaskan di bawah ini sebagai berikut:

1) Variabel Pengetahuan Produk (X1)

Tanggapan dari responden terkait variabel pengetahuan produk (X1)

dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 7
Tanggapan Responden Tentang Pengetahuan Produk

No.	SS		S		R		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	41	41%	56	56%	3	3%	-	-	-	-	100
2	52	52%	44	44%	4	4%	-	-	-	-	100
3	30	30%	67	67%	3	3%	-	-	-	-	100
4	59	59%	37	37%	4	4%	-	-	-	-	100
Jumlah	182		204		14		-	-	-	-	400

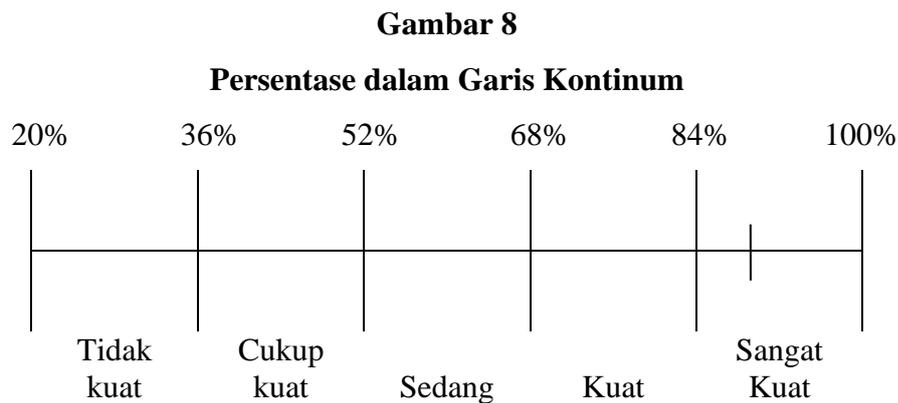
Berdasarkan Tabel 7 di atas, menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan pengetahuan produk (X1) dengan pernyataan-pernyataan: “Saya memiliki pengetahuan tentang produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan”, “Saya mengetahui bahwa produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan sudah sesuai dengan konsep transaksi syariah”, “Saya mengetahui manfaat yang dapat diberikan dari produk-produk yang di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan” dan “Saya merasa puas dengan menggunakan produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan” dengan menjawab sangat setuju sebanyak 182, menjawab setuju sebanyak 204 dan menjawab ragu-ragu sebanyak 14 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 4 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

$$\text{Skor} = \frac{\{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum R \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)\}}{n \times 5 \times 4}$$

$$= \frac{\{(182 \times 5) + (204 \times 4) + (14 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)\}}{100 \times 5 \times 4}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\{910 + 816 + 42\}}{2000} \\
 &= \frac{1768}{2000} \\
 &= 0,88 \times 100\% \\
 &= 88\% \text{ (sangat kuat)}
 \end{aligned}$$

Jumlah skor kriterium (bila setiap butir menjawab skor tertinggi) = $100 \times 5 \times 4$. Skor tiap butir = 5, jumlah butir pernyataan = 4, jumlah responden = 100 dan jumlah skor pengumpulan data 1768, berarti pengetahuan produk (X1) berdasarkan keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yaitu $1768 : 2000 = 0,88$ atau 88%. Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Berdasarkan Gambar 8 dapat dilihat bahwa garis kontinum sebesar 88% yaitu berada diantara garis 84% - 100% dengan tingkat kekuatan variabel yang sedang diteliti termasuk dalam kategori sangat kuat.

2) Variabel Keberagaman Produk (X2)

Tanggapan dari responden terkait variabel keberagaman produk (X2) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut:

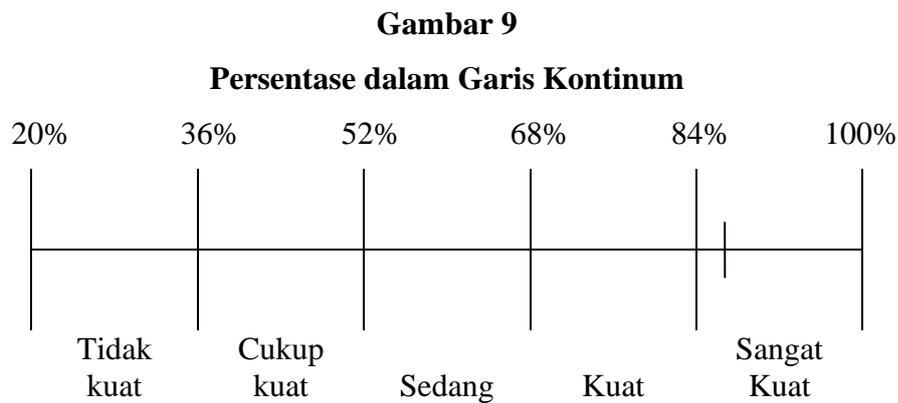
Table 8
Tanggapan Responden Tentang Variabel Keberagaman Produk

Item No.	SS		S		R		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	41	41%	53	53%	6	6%	-	-	-	-	100
2	29	29%	66	66%	5	5%	-	-	-	-	100
3	43	43%	53	53%	4	4%	-	-	-	-	100
4	40	40%	52	52%	8	8%	-	-	-	-	100
Jumlah	153		224		23		-	-	-	-	400

Berdasarkan Tabel 8 di atas, menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan keberagaman produk (X2) dengan pernyataan-pernyataan: “Produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan sangat beranekaragam”, “Produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan menarik dan inovatif”, “Produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan sesuai dengan kebutuhan masyarakat”, dan “Produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan dapat memberikan keuntungan jangka panjang” dengan menjawab sangat setuju sebanyak 153, menjawab setuju sebanyak 224 dan menjawab ragu-ragu sebanyak 23 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 4 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= \frac{\{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum R \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)\}}{n \times 5 \times 4} \\
 &= \frac{\{(153 \times 5) + (224 \times 4) + (23 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)\}}{100 \times 5 \times 4} \\
 &= \frac{\{765 + 896 + 69\}}{2000} \\
 &= \frac{1730}{2000} \\
 &= 0,86 \times 100\% \\
 &= 86\% \text{ (sangat kuat)}
 \end{aligned}$$

Jumlah skor kriterium (bila setiap butir menjawab skor tertinggi) = $100 \times 5 \times 4$. Skor tiap butir = 5, jumlah butir pernyataan = 4, jumlah responden = 100 dan jumlah skor pengumpulan data = 1730, berarti keberagaman produk (X2) berdasarkan keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yaitu $1730 : 2000 = 0,86$ atau 86%. Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Berdasarkan Gambar dapat dilihat bahwa garis kontinum sebesar 86% yaitu berada diantara garis 84% - 100% dengan tingkat kekuatan variabel yang sedang diteliti termasuk dalam kategori sangat kuat.

3) Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Tanggapan dari reponden terkait variabel keputusan nasabah (Y) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut:

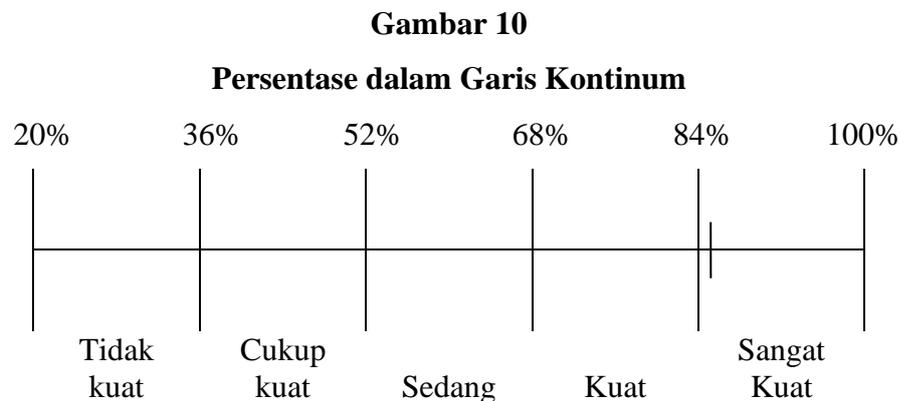
Tabel 9
Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Nasabah

Item No.	SS		S		R		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	33	33%	61	61%	6	6%	-	-	-	-	100
2	37	37%	59	59%	4	4%	-	-	-	-	100
3	49	49%	49	49%	2	2%	-	-	-	-	100
4	13	13%	46	46%	41	41%	-	-	-	-	100
5	32	32%	62	62%	6	6%	-	-	-	-	100
6	52	52%	46	46%	2	2%	-	-	-	-	100
Jumlah	216		323		61		-	-	-	-	600

Berdasarkan Tabel 9 di atas, menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan keputusan nasabah (Y) dengan pernyataan-pernyataan: “Saya sedang membutuhkan tabungan atau pembiayaan di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan”, “Saya mencari informasi sebelum memutuskan untuk menabung atau melakukan pembiayaan di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan”, “ Saya mempertimbangkan kualitas pelayanan BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan sebelum memutuskan untuk menabung atau melakukan pembiayaan di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan”, “Saya memutuskan menabung atau melakukan pembiayaan di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan karena faktor dorongan orang lain”, “Saya memutuskan menabung atau melakukan pembiayaan di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan setelah mendapatkan informasi yang cukup”, dan “Saya merasa aman menggunakan jasa perbankan di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan” dengan menjawab sangat setuju sebanyak 216, menjawab setuju sebanyak 323 dan menjawab ragu-ragu sebanyak 61 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 4 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= \frac{\{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum R \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)\}}{n \times 5 \times 6} \\
 &= \frac{\{(216 \times 5) + (323 \times 4) + (61 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)\}}{100 \times 5 \times 6} \\
 &= \frac{\{1080 + 1292 + 183\}}{3000} \\
 &= \frac{2555}{3000} \\
 &= 0,85 \times 100\% \\
 &= 85\% \text{ (sangat kuat)}
 \end{aligned}$$

Jumlah skor kriterium (bila setiap butir menjawab skor tertinggi) = $100 \times 5 \times 6$. Skor tiap butir = 5, jumlah butir pernyataan = 4, jumlah responden = 100 dan jumlah skor pengumpulan data = 2555, berarti keputusan nasabah (Y) berdasarkan keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yaitu $2555 : 3000 = 0,85$ atau 85%. Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Berdasarkan Gambar dapat dilihat bahwa garis kontinum sebesar 85% yaitu berada diantara garis 84% - 100% dengan tingkat kekuatan variabel yang sedang diteliti termasuk dalam kategori sangat kuat.

6. Uji Kualitas Data

Tujuan dari pengujian kualitas data adalah untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan alat bantu analisis dengan SPSS (*Statistical Package for The Socialz Science*) versi 24. Berikut ini hasil uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk mengetahui apakah suatu hasil uji validitas atau tidak dapat dilakukan

dengan uji signifikan yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} dengan ketentuan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item tersebut dapat dikatakan valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item tersebut dikatakan tidak valid.

Pada penelitian ini diketahui r_{tabel} sebesar 0,195 dengan N (banyaknya sampel) = 100 dan α (alpha) = 0,05. Selanjutnya hasil perhitungan menggunakan SPSS, diperoleh sebagai berikut:

Tabel 10
Hasil Uji Validitas Variabel X1

Item	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Validitas
X1.1	0,694	0,195	Valid
X1.2	0,737	0,195	Valid
X1.3	0,738	0,195	Valid
X1.4	0,687	0,195	Valid

Sumber: output SPSS, data primer diolah, 2021.

Tabel 11
Hasil Uji Validitas Variabel X2

Item	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Validitas
X2.1	0,746	0,195	Valid
X2.2	0,686	0,195	Valid
X2.3	0,778	0,195	Valid
X2.4	0,734	0,195	Valid

Sumber: output SPSS, data primer diolah, 2021.

Tabel 12
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Validitas
Y.1	0,678	0,195	Valid
Y.2	0,660	0,195	Valid
Y.3	0,624	0,195	Valid
Y.4	0,475	0,195	Valid
Y.5	0,663	0,195	Valid
Y.6	0,704	0,195	Valid

Sumber: output SPSS, data primer diolah, 2021.

Keterangan: $r_{hitung} > 0,195$, maka valid.

$r_{hitung} < 0,195$, maka tidak valid.

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas butir kuesioner menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk (X1), keberagaman produk (X2), dan keputusan nasabah (Y) dinyatakan valid, karena menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* jika nilai *alpha Cronbach* $> 0,6$ dan sebaliknya tidak dikatakan *reliabel* jika *alpha Cronbach* $< 0,6$. Berikut ini adalah tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 13
Hasil Uji Reliabilitas

Item	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
X1	0,677	Reliabel
X2	0,718	Reliabel
Y	0,689	Reliabel

Sumber: output SPSS, data primer diolah, 2021.

Keterangan: *Alpha Cronbach* $> 0,6$, maka reliabel.

Alpha Cronbach $< 0,6$, maka tidak reliabel.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, maka semua indikator dari variabel pengetahuan produk, keberagaman produk dan keputusan nasabah pada tabel di atas dikatakan reliabel, karena nilai *Alpha Cronbach* $> 0,6$. Oleh karena itu, indikator yang digunakan oleh pengetahuan produk, keberagaman produk dan keputusan nasabah dapat dipercaya untuk bisa digunakan sebagai alat ukur variabel.

7. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai baik atau tidaknya nilai regresi yang digunakan selama penelitian ini. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan keberagaman produk terhadap keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan, sehingga pada uji asumsi klasik digunakan untuk menguji pengetahuan dan keberagaman produk terhadap keputusan nasabah. Uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

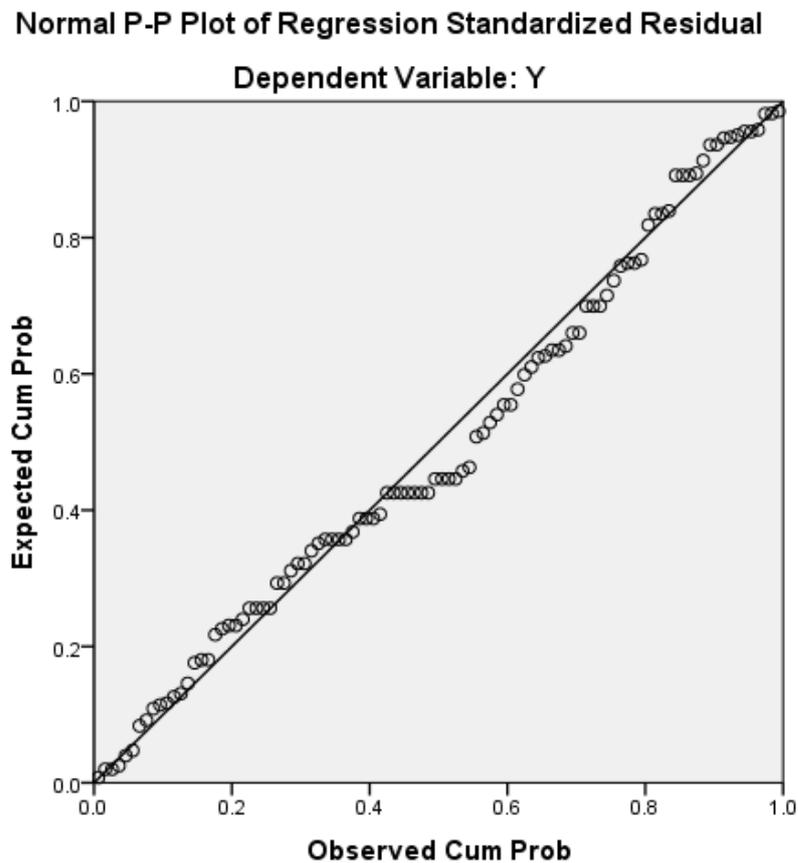
a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel *dependent* dan variabel *independent* memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan menggunakan dua cara, yaitu analisis grafik dan uji statistik. Hasil analisis data untuk uji normalitas menggunakan SPSS 24 adalah sebagai berikut:

1) Analisis grafik

Uji normalitas dengan metode analisis grafik yaitu dengan melihat pentebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusan, jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti pola garis diagonal pada, maka nilai residual tersebut dikatakan normal.

Gambar 11
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan data hasil analisis grafik normalitas pada Gambar di atas, menunjukkan bahwa data yang ada berdistribusi normal, karena terlihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

2) Uji statistik

Uji ini dilakukan untuk menguji normalitas residual menggunakan uji statistik *Non Parametrik One-Sampel Kolmogorov-Smirnow*. Distribusi data dikatakan normal jika nilai signifikan $> 0,05$.

Tabel 14
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80496727
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.054
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS, 2021.

Berdasarkan hasil uji normalitas *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov*, maka diperoleh nilai signifikan sebesar $0,057 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan kolerasi antar variabel bebas. Konsekuensi adanya multokolinearitas adalah koefisien kolerasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Alat statistik yang sering digunakan untuk menguji gangguan multikolinearitas adalah dengan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil analisis data untuk uji multikolinearitas menggunakan SPSS 24 adalah sebagai berikut:

Tabel 15
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a									
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.711	2.226		4.811	.000					
X1	.325	.141	.233	2.302	.023	.466	.228	.192	.674	1.483
X2	.527	.131	.407	4.017	.000	.540	.378	.334	.674	1.483

a. Dependent Variable: Y

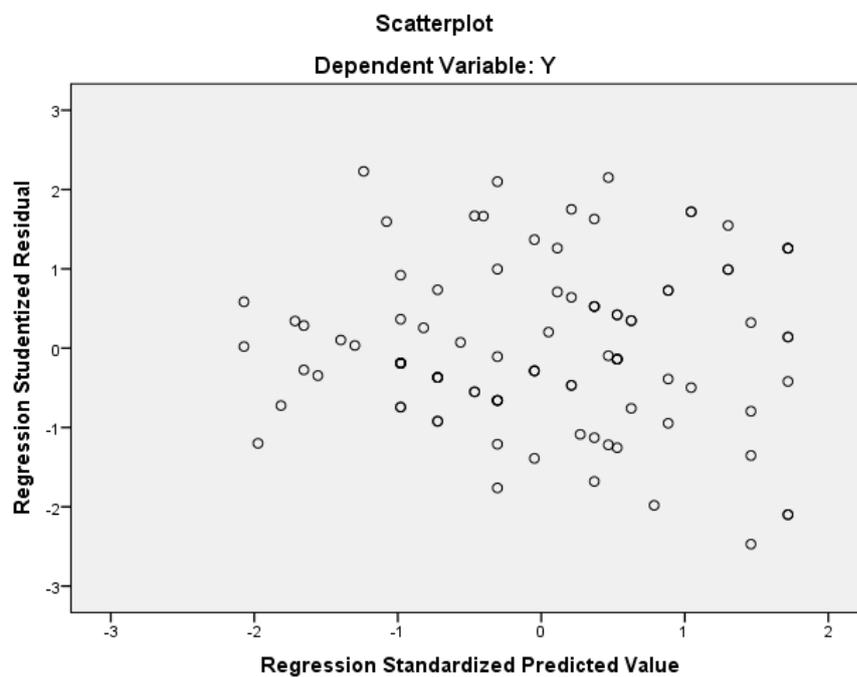
Sumber: Output SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel uji multikolinearitas di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel X1 dan X2 dalam model persamaan regresi. Hal ini dikarenakan masing-masing variabel *independent* X1 dan X2 memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF dari masing-masing variabel *independent* < 10,00.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat dari pola gambar *scatter plot*. Hasil analisis data untuk uji multikolinearitas menggunakan SPSS 24 dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 12
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Output SPSS, 2021.

Berdasarkan hasil analisis dari grafik *scatterplot* pada Gambar 12 di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

d. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat kolerasi antar kesalahan pengganggu pada sebelumnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Metode pengujian yang digunakan yaitu dengan uji *Durbin-Watson* (*DW tests*). Hasil pengolahan data uji *Durbin-Watson* menggunakan SPSS 24 adalah sebagai berikut:

Tabel 16
Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.573 ^a	.329	.315	1.823	2.177

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, 2021.

Tabel 17
Hasil Pengambilan Keputusan Uji Autokolerasi

DL	DU	4-DL	4-DU	DW	Keputusan
1,503	1,583	2,497	2.417	2,177	Tidak ada autokolerasi

Sumber: Tabel pengambilan keputusan ada tidaknya autokolerasi.

Keterangan:

Nilai DW diperoleh dari Tabel *Durbin-Watson* dengan ketentuan = 5% dimana n (sampel) = 100 serta k (jumlah variabel *independent*) = 2.

Berdasarkan uji autokolerasi dapat diketahui bahwa nilai DW sebesar 2,177, sehingga nilai DW berada diantara nilai DU = 1,583 dan nilai 4-DU = 2,417 ($DU < DW < 4-DU$), sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokolerasi positif maupun negatif pada data yang diuji.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel *independent* (pengetahuan produk dan keberagaman Produk) atau lebih terhadap variabel *dependent* (keputusan nasabah). Model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Hasil analisis menggunakan SPSS 24, diperoleh sebagai berikut:

Tabel 18
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	10.711	2.226		4.811	.000
	X1	.325	.141	.233	2.302	.023
	X2	.527	.131	.407	4.017	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, 2021.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada Tabel 18 di atas, diperoleh koefisien variabel *independent* yaitu pengetahuan produk (X_1) = 0,325, keberagaman produk (X_2) = 0,527 serta konstanta sebesar 10,711. Jadi model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 10,711 + 0,325X_1 + 0,527X_2 + 2,226$$

Model dari persamaan linear berganda di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 10,711 menyatakan bahwa jika variabel X (*independent*) tidak dipertimbangkan atau dengan kata lain bernilai nol, maka keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan sebesar 10,711.
- b. $\beta_1 X_1 = 0,325$, nilai koefisien regresi variabel pengetahuan produk (X_1) sebesar 0,325. Jika terjadi peningkatan 1% pada variabel tersebut, maka keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

akan meningkat sebesar 0,325 dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap.

- c. $\beta_2 X_2 = 0,527$, nilai koefisien regresi variabel keberagaman produk (X_2) sebesar 0,527. Jika terjadi peningkatan 1% pada variabel tersebut, maka keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan akan meningkat sebesar 0,527 dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap
- d. standar *error* sebesar 2,226 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 2,226.

2. Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel *independent* secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*, dengan nilai $\alpha = 0,05$. Cara melakukan uji F yaitu dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka hipotesis diterima yang menyatakan bahwa suatu variabel *independent* secara simultan berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Berikut ini adalah hasil uji signifikan secara simultan *independent* variabel :

Tabel 19
Hasil Analisis Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	157.827	2	78.914	23.733	.000 ^b
	Residual	322.533	97	3.325		
	Total	480.360	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS, 2021.

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 19 di atas, dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 23,733 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai F_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu sebesar 3,09. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} = 23,733 > F_{tabel} = 3,09$, dengan demikian keputusannya adalah variabel X (pengetahuan dan keberagaman produk) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y (keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pameksan).

3. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Cara melakukan uji t yaitu dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka hipotesis diterima yang menyatakan bahwa suatu variabel *independent* secara parsial (individu) berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Berikut ini adalah hasil uji signifikan secara parsial (individu) *independent* variabel:

Tabel 20
Hasil Analisis Uji t

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.711	2.226		4.811	.000
	X1	.325	.141	.233	2.302	.023
	X2	.527	.131	.407	4.017	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, 2021.

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 19 di atas, dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai t_{hitung} pengetahuan produk (X1) sebesar 2,302 dengan taraf signifikansi sebesar 0,023 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Karena nilai

$t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,302 > 1,660$) dan nilai signifikan $< 0,05$, maka pengetahuan produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

- b. Nilai t_{hitung} keberagaman produk (X2) sebesar 4,017 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,017 > 1,660$) dan nilai signifikan $< 0,05$, maka keberagaman produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y)

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel *independent* (pengetahuan dan keberagaman produk) terhadap variabel *dependent* (keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan). Hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 21
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.573 ^a	.329	.315	1.823

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS, 2021.

Berdasarkan Tabel 21 di atas, hasil analisis koefisien determinasi (R^2) terlihat bahwa besarnya R^2 adalah 0,329 atau 32,9%. Hal ini berarti kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel *dependent* sebesar 32,9%. Artinya, 32,9% variabel keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dijelaskan oleh variabel *independent* yaitu

pengetahuan produk dan keberagaman produk. Sedangkan 67,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan terhadap masing-masing variabel penelitian, maka peneliti akan memberikan pembahasan terhadap permasalahan yang diangkat di dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Hipotesis 1: Terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

Dalam penelitian ini berdasarkan uji statistik, diperoleh nilai signifikan pengetahuan produk (X_1) sebesar 2,302. Dimana nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,302 > 1,660$), yang berarti bahwa pengetahuan produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

Berdasarkan hasil uji t di atas, menunjukkan bahwa ketika pengetahuan produk mengalami kenaikan, maka keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan juga akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan adalah diterima secara parsial. Penelitian ini memperoleh bukti empiris yang menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Hal ini juga didasarkan pada tanggapan responden mengenai pengetahuan produk yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju sebanyak 204, menjawab sangat setuju sebanyak 182 dan menjawab ragu-ragu sebanyak 14 terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan

dengan pengetahuan produk dengan perolehan kategori interpretasi skor sebesar 88% (sangat kuat). Hasil temuan ini mengindikasikan bahwa pengetahuan produk akan mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah. Semakin besar pengetahuan produk yang dimiliki nasabah, maka akan mempermudah nasabah memilih produk yang akan digunakan.

Pengetahuan produk adalah kumpulan dari berbagai informasi mengenai produk yang meliputi jenis produk, merek, terminologi produk, atribut produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.³ Pengetahuan konsumen juga mencakup penjelasan tempat serta waktu membeli. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka konsumen akan menentukan di mana konsumen akan membeli produk tersebut dan kapan akan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya.⁴ Sebagai konsumen, pengetahuan yang baik mengenai suatu produk seringkali mendorong seseorang untuk menyukai produk tersebut. Pengetahuan konsumen dapat diperoleh melalui pembelajaran kognitif, yaitu proses di mana seseorang berupaya untuk mengendalikan informasi yang didapatkan. Pengetahuan konsumen dapat diperoleh melalui informasi dari perusahaan baik melalui iklan, pemasar, ataupun hasil pencarian informasi sendiri yang dilakukan oleh konsumen serta pembelajaran melalui pengalaman.⁵ Menurut Tjiptono, dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen didasarkan pada informasi mengenai keunggulan suatu produk ataupun jasa yang disusun sedemikian rupa, yang dapat memunculkan rasa menyenangkan sehingga merubah

³ Hadion Wijoyo dkk, *Manajemen Internasioanl (Suatu Pengantar)*, hlm. 69

⁴ Donny Herdianto, *Creative Selling Everyday*, hlm. 88.

⁵ John C. Mowen dan Michael Minor dialih bahasa oleh Dwi Kartini Yahya, *Perilaku Konsumen Jilid 1*, hlm. 135.

seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.⁶ Menurut Peter dan Olson pengetahuan produk dibagi ke dalam tiga jenis, meliputi pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/jasa bagi konsumen.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang berjudul yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung” yang menyimpulkan bahwa berdasarkan koefisien determinasi, pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 44.8%, sedangkan sisanya 55.2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel pengetahuan yang tidak diteliti. Penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Di Banyumas”, yang menunjukkan bahwa faktor pengetahuan tentang produk dengan tingkat signifikansi $0,012 < 0,05$ berarti tolak H_0 , artinya variabel pengetahuan tentang produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

2. Hipotesis 2: Terdapat pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

Dalam penelitian ini berdasarkan uji statistik, diperoleh nilai signifikan keberagaman produk (X_2) sebesar 0,000. Dimana nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,017 > 1,660$), yang berarti bahwa keberagaman produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

⁶ Raja Fajar Perdana Lubis dan Rizal Hari Magnadi, "Studi Tentang *Product Knowledge* dan Keputusan Pembelian Pada Notebook Acer, hlm. 1-2.

Berdasarkan hasil uji t di atas, menunjukkan bahwa ketika keberagaman produk mengalami kenaikan, maka keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan juga akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan terdapat pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan adalah diterima secara parsial. Penelitian ini memperoleh bukti empiris yang menunjukkan bahwa keberagaman produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Hal ini juga didasarkan pada tanggapan responden mengenai keberagaman produk yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju sebanyak 224, menjawab sangat setuju sebanyak 153 dan menjawab ragu-ragu sebanyak 23 terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan keberagaman produk dengan perolehan kategori interpretasi skor sebesar 86% (sangat kuat). Hasil temuan ini mengindikasikan bahwa keberagaman produk akan mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah. Semakin beragam produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan, maka akan mempermudah nasabah untuk memilih menggunakan produk yang sedang mereka butuhkan.

Keberagaman produk penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keberagaman produk merupakan kumpulan semua produk serta barang yang ditawarkan penjual tertentu pada pembeli.⁷ Keberagaman produk dapat menjadi daya tarik bagi konsumen dikarenakan dapat memberikan alternatif pilihan yang lebih bervariasi. Dengan adanya berbagai alternatif pilihan produk, konsumen berkesempatan untuk membandingkan, membedakan dan memilih dari beberapa alternatif pilihan sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli atau

⁷ Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, hlm. 29.

menggunakan suatu produk.⁸ Keberagaman produk dan perilaku konsumen dalam melaksanakan keputusan pembelian hubungannya sangat erat berkaitan dengan kelangsungan penjualan suatu perusahaan. Salah satu faktor keberhasilan yang wajib diperhatikan dalam persaingan bisnis terletak pada raga produk yang ditawarkan. Ragam produk yang baik, dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian pada suatu perusahaan.⁹ Menurut Kotler dan Keller, keberagaman produk yang dihasilkan suatu perusahaan mempunyai lebar yang mengacu pada banyaknya lini produk yang berbeda yang dimiliki perusahaan; kedalaman yang mengacu pada jumlah seluruh barang pada bauran tersebut; luas yang mengacu pada berapa banyak jenis yang ditawarkan oleh tiap-tiap lini produk; serta konsistensi bauran produk yang mengacu pada seberapa erat hubungan lini produk dalam pemakaian akhir, ketentuan produksi, saluran distribusi dan lainnya.¹⁰ Ragam produk yang ditawarkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan diantaranya produk simpanan meliputi tabungan barokah, tabungan simpanan pelajar iB, tabungan hari raya, tabungan qurban, tabungan umrah, dan tabungan mudharabah serta produk pembiayaan yang meliputi pembiayaan modal kerja UMKM, pembiayaan serba guna, pembiayaan elektronik, pembiayaan kendaraan, pembiayaan *rahn*-emas, pembiayaan pensiunan, pembiayaan kepemilikan rumah, pembiayaan kepemilikan emas dan pembiayaan *ijarah* (IMBT).

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Informasi, Kemudahan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

⁸ Elshe Irianata Mebunta dan Achmad Zaini, ”Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Meteor Cell Malang”, hlm. 34).

⁹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, hlm. 29.

¹⁰ Ibid. hlm, 31

Secara Online Pengguna LAZADA.co.id Di Sidoarjo”, yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel keragaman produk dengan nilai t_{hitung} sebesar 7,724 > dari t_{tabel} sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian”, yang menunjukkan bahwa secara parsial keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,998 > dari t_{tabel} sebesar 1,9792 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

3. Hipotesis 3: Terdapat pengaruh pengetahuan dan keberagaman produk terhadap keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

Dalam penelitian ini berdasarkan uji statistik, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000, F_{hitung} sebesar 23,733 dan nilai F_{tabel} untuk model regresi sebesar 3,09. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan F_{hitung} 23,733 > F_{tabel} 3,09, yang berarti bahwa pengetahuan dan keberagaman produk (X) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

Hal ini menunjukkan bahwa ketika pengetahuan dan keberagaman produk mengalami kenaikan, maka keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan juga akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan terdapat pengaruh pengetahuan dan keberagaman produk terhadap keputusan nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan adalah diterima secara simultan. Penelitian ini memperoleh

bukti empiris yang menunjukkan bahwa pengetahuan dan keberagaman produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Semakin besar pengetahuan produk yang dimiliki nasabah dan semakin besar ragam produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan, maka akan mempermudah nasabah memilih produk yang akan digunakan dan memilih menggunakan produk yang sedang mereka butuhkan.

Dalam pengambilan keputusan, masyarakat perlu adanya pemahaman dalam pengetahuan informasi tentang apa yang akan dipilih. Sebagai konsumen, pengetahuan yang baik mengenai suatu produk seringkali mendorong seseorang untuk menyukai produk tersebut. Menurut Tjiptono, dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen didasarkan pada informasi mengenai keunggulan suatu produk ataupun jasa yang disusun sedemikian rupa, yang dapat memunculkan rasa menyenangkan sehingga merubah seseorang untuk melakukan keputusan pembelian. Pengetahuan mengenai produk ataupun jasa yang cukup, dapat digunakan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.¹¹ Tidak hanya itu, keberagaman produk juga penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keberagaman produk dapat menjadi daya tarik bagi konsumen dikarenakan dapat memberikan alternatif pilihan yang lebih bervariasi. Dengan adanya berbagai alternatif pilihan produk, konsumen berkesempatan untuk membandingkan, membedakan dan memilih dari beberapa alternatif pilihan sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.¹²

¹¹ Raja Fajar Perdana Lubis dan Rizal Hari Magnadi, "Studi Tentang *Product Knowledge* Dan Keputusan Pembelian Pada Notebook Acer", hlm. 1-2.

¹² Elshe Irianata Mebunta dan Achmad Zaini, "Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Meteor Cell Malang", hlm. 34.