

## BAB IV

### DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

###### a. Sejarah BPRS Bhakti Sumekar

Dikeluarkannya Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 25 tentang kewenangan Pemerintah dan kewenangan Propinsi, maka kewenangan ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut meliputi penanganan segala urusan rumah tangga daerah. Pemerintah Kabupaten Sumenep sangat memerlukan peran lembaga keuangan yang diharapkan dapat memenuhi tujuan tersebut.

Bentuk lembaga keuangan yang sesuai dengan kondisi daerah Sumenep yang sangat ideal adalah Lembaga Keuangan Mikro, dalam hal ini adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Untuk memenuhi maksud dan tujuan, pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi Bank Perkreditan Rakyat yang berdomisili di Sidoarjo yaitu PT.BPR DANA MERAPI untuk kemudian direlokasikan ke kabupaten sumenep.

Untuk melakukan akuisisi tersebut pemerintah kabupaten sumenep membuat *Memorandum of Understanding* (MOU) yang ditanda tangani oleh Bupati Sumenep dan PT. Bank Syari'at Muamalat Indonesia Tbk pada tanggal 27 Desember 2001.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar, "Tentang BBS Latar Belakang" diakses dari <https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tentang-bbs/> pada tanggal 11 Maret 2022 pukul 16:13.

Setelah kurang lebih sembilan tahun beroperasi. Pada tahun 2013 BPRS Bhakti Sumekar membuka tiga kantor kas salah satunya Kantor Kas Bandaran. Setelah tiga tahun kemudian BPRS Bhakti Sumekar meningkatkan delapan kantor kas menjadi kantor cabang pratama salah satunya kantor cabang Bandaran.

**Gambar 4.1**  
**Kantor BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran**



**b. Makna Logo BPRS Bhakti Sumekar**

**Gambar 4.2**  
**Logo BPRS Bhakti Sumekar**



1) Makna Umum

Logo dari BPRS Bhakti Sumekar menyerupai bunga mercah yang mencerminkan kekeluasan, kegigihan, semangat, dan keramahan dalam semua aspek bisnis di lingkungan masyarakat yang diharapkan terus mercah dan berkembang.

2) Makna dari Segi Warna

- Warna hijau melambangkan kesuburan, kesejukan, kemakmuran, dan juga warna hijau pada umumnya identik dengan dunia islam.
- Warna kuning melambangkan kesejahteraan, kejayaan, dan kekayaan.

**c. Visi dan Misi BPRS Bhakti Sumekar**

1) Visi

Terwujudnya masyarakat yang semakin sejahtera dengan dilandasi nilai-nilai agama dan budaya

2) Misi

- Intermediasi antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasarkan syariah
- Membantu pelaksanaan pemberdayaan ekonomi kecil dan menengah
- Mengupayakan peningkatan pendapatan asli daerah<sup>2</sup>

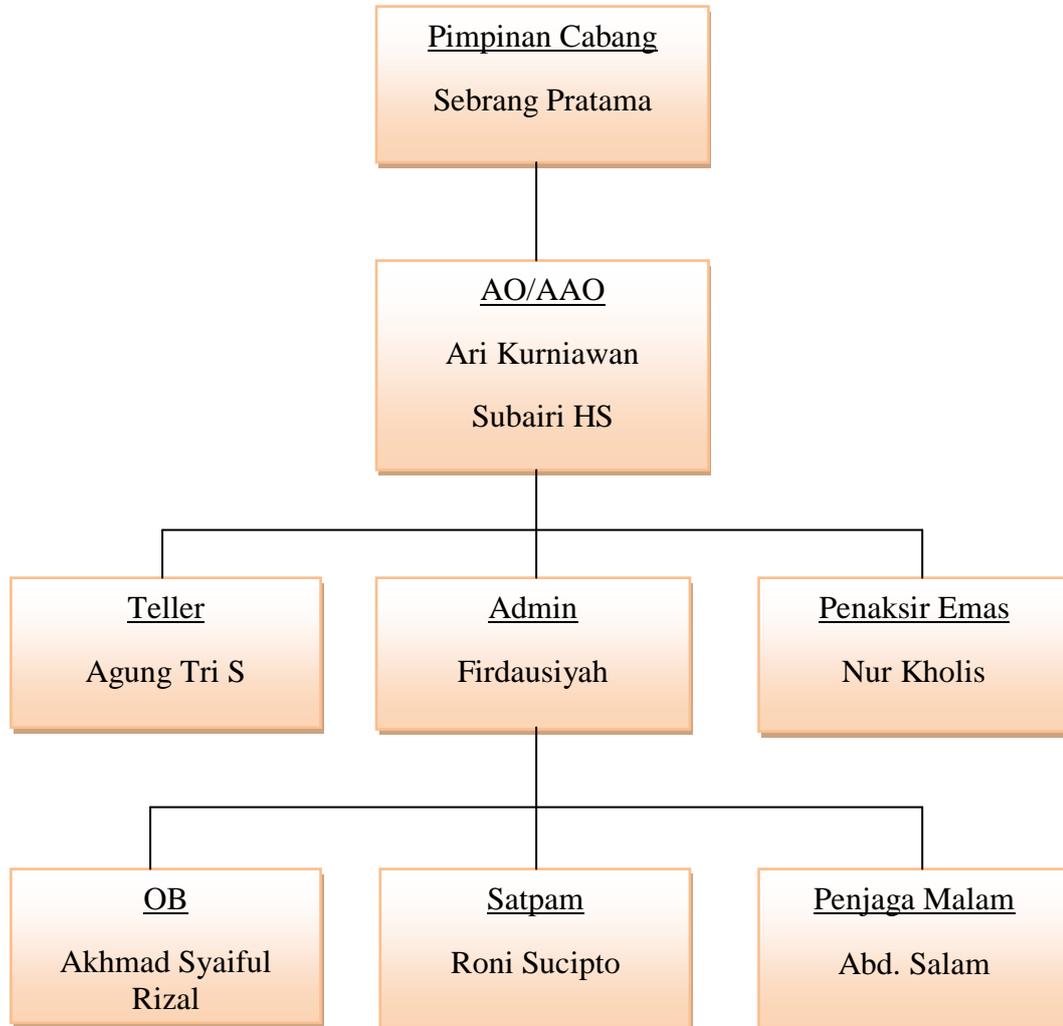
**d. Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran**

---

<sup>2</sup>Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar, "Tentang BBS Visi Misi" diakses dari <https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tentang-bbs/> pada tanggal 11 Maret 2022 pukul 16:40.

Adapun struktur organisasi di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.3**  
**Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran**



### 1. Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini data penelitian diperoleh dengan cara membagikan kuesioner/angket secara langsung kepada nasabah gadai di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 100 kuesioner kepada nasabah gadai. Pengumpulan data secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dengan menemui para responden.

Pengambilan sampel menggunakan *sampling insidental* yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Berikut merupakan rincian pengumpulan data penelitian dalam bentuk tabel:

**Tabel 4.1**  
**Rincian Penerimaan dan Pengembalian Kuesioner**

Kuesioner yang disebar	100
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang digunakan	100
Tingkat pengembalian	100
Tingkat pengembalian yang digunakan	100

Sumber: Data Primer, 2022

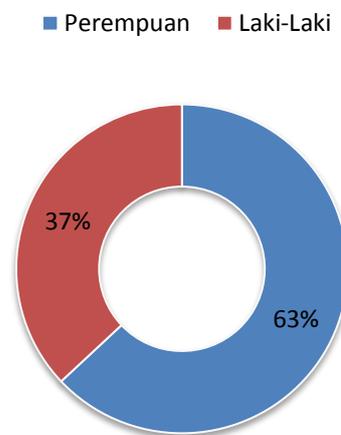
## 2. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden yang menggambarkan kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik responden tersebut terdiri dari:

### a. Jenis Kelamin Responden

Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin nasabah gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.4**  
**Jenis Kelamin Responden**



Sumber: Data Primer, 2022.

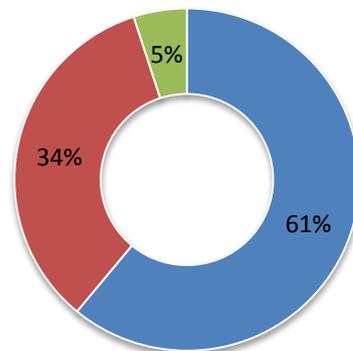
Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 63 orang dengan persentase 63% sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 37 orang dengan presentase 37%. Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini responden terbanyak yaitu perempuan.

#### **b. Umur Responden**

Deskripsi data responden berdasarkan umur nasabah gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.5**  
**Umur Responden**

■ 20-40 Tahun ■ 40-60 Tahun ■ 60-80 Tahun



Sumber: Data Primer, 2022

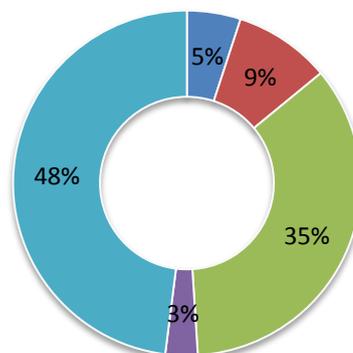
Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa responden yang berumur antara 20-40 tahun sebanyak 61 orang dengan persentase 61% , untuk responden yang berumur 40-60 tahun sebanyak 34 orang dengan presentase 34%, dan responden yang berumur 60-80 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 5%. Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik umur menunjukkan bahwa responden mayoritas beumur 20-40 tahun.

### **c. Pekerjaan Responden**

Deskripsi data responden berdasarkan pekerjaan nasabah gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 4.6**  
**Pekerjaan Responden**

■ PNS ■ Swasta ■ Wiraswasta ■ Mahasiswa ■ Lainnya



Sumber: Data Pimer, 2022

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa responden dengan pekerjaan sebagai PNS sebanyak 5 orang dengan persentase 5% ,responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 9 orang dengan presentase 9%, responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 36 orang dengan persentase 36%, responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 3 orang dengan persentase 3% dan responden dengan pekerjaan lainnya sebanyak 48 orang dengan persentase 48%. Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik pekerjaan menunjukkan bahwa responden mayoritas bekerja sebagai lainnya.

### **3. Deskripsi Variabel Penelitian**

Tanggapan nasabah yang berpartisipasi dalam penelitian ini mengenai kualitas pelayanan dan *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai (rahn) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan dijelaskan melalui tanggapan reponden.

*Variabel independent* pada penelitian ini terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1) dan *Personal Selling* (X2). Sedangkan untuk *variabel dependent* pada penelitian ini yaitu Keputusan Nasabah (Y). Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Hasil dari jawaban responden tersebut dikelompokkan dengan menghitung frekuensi dan persentasenya. Adapun hasil dari pengelompokkan tersebut adalah sebagai berikut:

#### a. Kualitas Pelayanan

Tanggapan dari responden terkait variabel kualitas pelayanan (X1) dijelaskan melalui item pernyataan berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Skor Variabel Kualitas Pelayanan**

Item No	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	38	38%	58	58%	4	4%	-	-	-	-	100
2	45	45%	52	52%	3	3%	-	-	-	-	100
3	49	49%	47	47%	4	4%	-	-	-	-	100
4	38	38%	57	57%	5	5%	-	-	-	-	100
5	42	42%	51	51%	7	7%	-	-	-	-	100
6	40	40%	56	56%	4	4%	-	-	-	-	100
7	35	35%	57	57%	8	8%	-	-	-	-	100
8	40	40%	56	56%	4	4%	-	-	-	-	100
9	40	40%	58	58%	2	2%	-	-	-	-	100
10	38	38%	57	57%	5	5%	-	-	-	-	100
11	46	46%	47	47%	7	7%	-	-	-	-	100
12	37	37%	61	61%	2	2%	-	-	-	-	100
Jumlah	488		657		55						1200

Sumber: *Output SPSS 24*, data Primer, 2022.

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item kualitas pelayanan (X1) sangat setuju sebanyak 488 dengan persentase 40%, untuk jawaban setuju sebanyak 657 dengan persentase 55%, dan untuk jawaban netral sebanyak 55 dengan persentase 5%.

Pada tanggapan responden skor sangat setuju paling tinggi pada item ketiga yaitu 49 dengan persentase 49%. Sedangkan tanggapan responden dengan skor netral paling tinggi pada item ketujuh yaitu 8 dengan persentase 8%.

#### b. *Personal Selling*

Tanggapan responden terkait variabel *personal selling* (X2) dijelaskan melalui item pernyataan berikut ini:

**Tabel 4.3**  
**Skor Variabel *Personal Selling***

Item No	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	55	55%	43	43%	2	2%	-	-	-	-	100
2	58	58%	42	42%	-	-	-	-	-	-	100
3	58	58%	41	41%	1	1%	-	-	-	-	100
4	54	54%	42	42%	4	4%	-	-	-	-	100
5	56	56%	43	43%	1	1%	-	-	-	-	100
6	56	56%	44	44%	-	-	-	-	-	-	100
7	62	62%	38	38%	-	-	-	-	-	-	100
8	54	54%	43	43%	3	3%	-	-	-	-	100
Jumlah	453		336		11						800

Sumber: *Output SPSS 24, data Primer, 2022.*

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item *personal selling* (X2) sangat setuju sebanyak 453 dengan persentase 57%, untuk jawaban setuju sebanyak 336 dengan persentase 42%, dan untuk jawaban netral sebanyak 11 dengan persentase 1%.

Pada tanggapan responden skor sangat setuju paling tinggi pada item ketujuh yaitu 62 dengan persentase 62%. Sedangkan tanggapan responden dengan skor netral paling tinggi pada item keempat yaitu 4 dengan persentase 4%

#### c. *Keputusan Nasabah*

Tanggapan responden terkait variabel keputusan nasabah (Y) dijelaskan melalui item pernyataan berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Skor Variabel Keputusan Nasabah**

Item No	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	66	66%	30	30%	4	4%	-	-	-	-	100
2	57	57%	43	43%	-	-	-	-	-	-	100
3	61	61%	33	33%	6	6%	-	-	-	-	100
4	68	68%	32	32%	-	-	-	-	-	-	100
5	66	66%	34	34%	-	-	-	-	-	-	100
6	66	66%	34	34%	-	-	-	-	-	-	100
7	57	57%	38	38%	5	5%	-	-	-	-	100
jumlah	441		244		15						700

Sumber: *Output SPSS 24, data Primer, 2022.*

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item keputusan nasabah (Y) sangat setuju sebanyak 441 dengan persentase 63%, untuk jawaban setuju sebanyak 244 dengan persentase 35%, dan untuk jawaban netral sebanyak 15 dengan persentase 2%.

Pada tanggapan responden skor sangat setuju paling tinggi pada item keempat yaitu 68 dengan persentase 68%. Sedangkan tanggapan responden dengan skor netral paling tinggi pada item ketiga yaitu 6 dengan persentase 6%

#### **4. Uji Kualitas Data**

Uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi uji validitas dan uji realibilitas dengan alat bantu SPSS versi 24. Berikut hasil uji validitas dan uji realibilitas.

##### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau layak tidaknya suatu kuesioner. Tingkat validitas dilakukan dengan uji signifikansi yaitu dengan melalui cara perbandingan nilai rtabel dengan rhitunng. Untuk mengetahui nilai rtabel melalui *degree of freedom* (df) = n-2. n merupakan jumlah sampel dan

alpha 5% (0,05). Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka setiap pernyataan dikatakan valid.

Dalam penelitian ini jumlah sampel (n) yang digunakan sebanyak 100. Sehingga  $df = 98$ , untuk alpha ( $\alpha = 5\%$ ) menghasilkan nilai  $r_{tabel} = 0,1966$ . Hasil dari uji validitas sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	X1	X1.1	0,423	0,1966	Valid
		X1.2	0,419	0,1966	Valid
		X1.3	0,432	0,1966	Valid
		X1.4	0,385	0,1966	Valid
		X1.5	0,335	0,1966	Valid
		X1.6	0,399	0,1966	Valid
		X1.7	0,296	0,1966	Valid
		X1.8	0,392	0,1966	Valid
		X1.9	0,372	0,1966	Valid
		X1.10	0,269	0,1966	Valid
		X1.11	0,221	0,1966	Valid
		X1.12	0,385	0,1966	Valid
2	X2	X2.1	0,283	0,1966	Valid
		X2.2	0,533	0,1966	Valid
		X2.3	0,289	0,1966	Valid
		X2.4	0,470	0,1966	Valid
		X2.5	0,542	0,1966	Valid
		X2.6	0,592	0,1966	Valid
		X2.7	0,589	0,1966	Valid
		X2.8	0,348	0,1966	Valid
3	Y	Y1	0,372	0,1966	Valid
		Y2	0,622	0,1966	Valid
		Y3	0,592	0,1966	Valid
		Y4	0,714	0,1966	Valid
		Y5	0,749	0,1966	Valid
		Y6	0,687	0,1966	Valid
		Y7	0,276	0,1966	Valid

Sumber: *Output SPSS 24, data primer, 2022.*

Dari hasil uji validitas berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan nilai rhitung lebih besar dari dari nilai ttabel. Maka indikator dari variabel kualitas pelayanan (X1), *personal selling* (X2), dan keputusan nasabah (Y) dinyatakan valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban dari kuesioner responden. Nilai reliabilitas yang diperoleh dilihat dari nilai alpha, apabila nilai cronbach's alpha  $> 0,60$  maka instrumen penelitian reliabel. Apabila nilai cronbach's alpha  $< 0,60$  tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,383	Reliabel
2	<i>Personal Selling</i> (X2)	0,441	Reliabel
3	Keputusan Nasabah (Y)	0,628	Reliabel

Sumber: *Ouput* SPSS 24, data primer, 2022.

Berdasarkan keterangan hasil uji reliabilitass pada tabel 4.6 meunjukkan bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas dari semua variabel reliabel. Semua variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan memenuhi syarat dan dapat digunakan sebagai alat ukur selanjutnya.

### **5. Uji Asumsi Klasik**

#### **a) Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi antara variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Data dikatakan baik jika berdistribusi dengan normal. Uji normalitas dalam

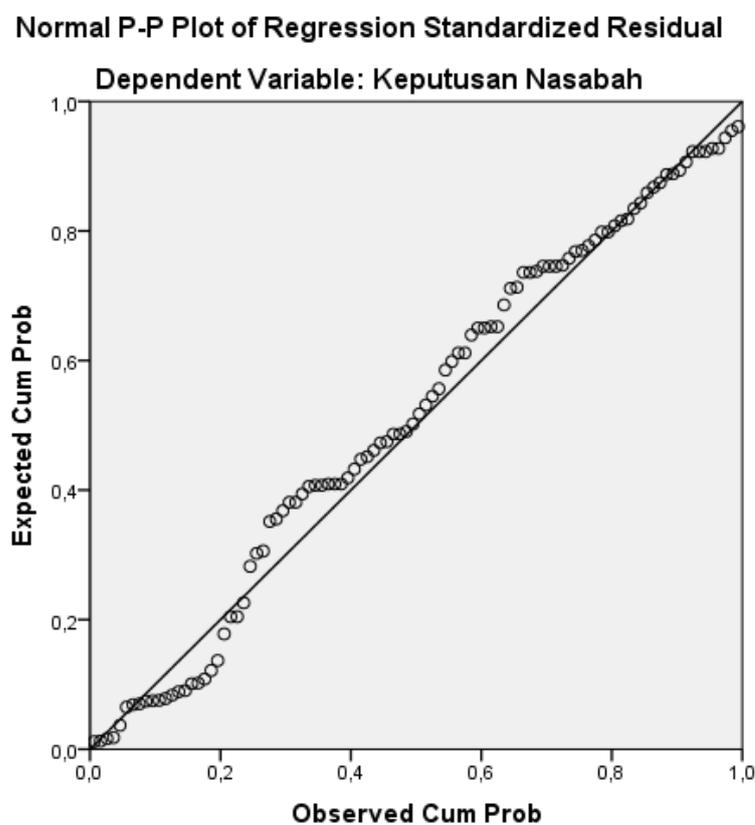
peneitian ini menggunakan analisis grafik *probability plot* dan analisis statistik *One-Sample Kolmogorov Smirnov*.

Untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak, bisa dilihat dari titik-titik plot, apabila titik-titik menyebar dan mengikuti garis diagonal berarti dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

Untuk pengujian suatu data menggunakan analisis statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan nilai signifikan  $> 0,05$ , maka data tersebut dikatakan normal.

Berikut hasil uji normalitas grafik *probability plot* dan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*:

**Gambar 4.7**  
**Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Normal P-P Plot**



Sumber: *Output SPSS 24, 2022.*

Berdasarkan gambar 4.5 tersebut hasil uji normalitas menunjukkan bahwa titik-titik plot atau data penelitian menyebar dan mengikuti di sekitar garis diagonal. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Sedangkan untuk uji normalitas menggunakan *one-sample kolmogorov-smirnov* test sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Komogorov Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,91092449
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,074
	Negative	-,080
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,114 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Output SPSS 24, 2022.*

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.7 menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,114 yang artinya lebih besar dari pada 0,05. Yang berarti data berdistribusi normal.

**b) Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengujii apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel independen . Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi. Pengujian multikolinearitas bisa diketahui

dengan melihat nilai VIF dan nilai tolerance. Jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Berikut hasil pengujian dari multikolinearitas:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	9,871	5,692		1,734	,086		
	Kualitas Pelayanan	,198	,079	,235	2,495	,014	,998	1,002
	Personal Selling	,330	,102	,304	3,225	,002	,998	1,002

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah  
Sumber: *Output SPSS 24, 2022.*

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.8 diperoleh nilai tolerance dari masing-masing variabel > 0,10. Sedangkan untuk nilai VIF masing-masing dari variabel < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

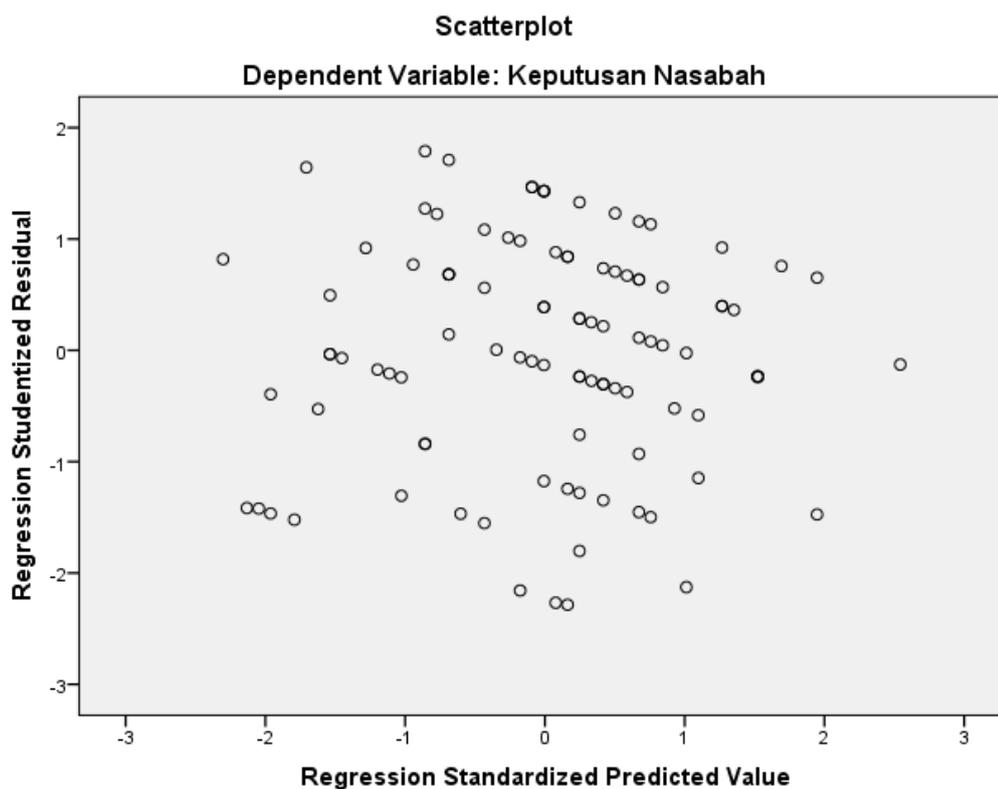
### c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi memiliki ketidaksamaan variasi residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan uji *scatterplot* dan uji *glejser*.

Dasar uji heteroskedastisitas dengan melihat pola tertentu grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. Jika ada pola tertentu maka telah terjadi

heteroskedastisitas, sedangkan jika tidak ada pola yang jelas maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk uji glejser dapat dilihat dari nilai sig  $> 0,05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:

**Gambar 4.8**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot**



Sumber: *Ouput* SPSS 24, 2022.

Berdasarkan hasil uji *scatterplot* pada gambar 4.6 tersebut, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik atau data pada grafik tidak bisa membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil data tersebut menunjukkan bahwa uji *scatterplot* tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan uji glejser. Berikut hasil uji glejser:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Glejser**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5,913	3,274		1,806	,074
	Kualitas Pelayanan	-,038	,046	-,085	-,843	,401
	Personal Selling	-,065	,059	-,110	-1,097	,276

a. Dependent Variable: RES2  
Sumber: *Output SPSS 24, 2022.*

Berdasarkan hasil uji glejser pada tabel 4.9, hasil uji heterokedastisitas menggunakan uji glejser memperoleh nilai signifikan masing-masing variabel. Variabel kualitas pelayanan sebesar  $0,401 > 0,05$  dan variabel personal selling sebesar  $0,276 > 0,05$ . Semua nilai signifikan lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu suatu periode dengan kesalahan pengganggu periode lain. Pengujian uji autokorelasi menggunakan uji *Durbin-watson* dengan tingkat signifikan 0,05 (5%). Berikut hasil uji autokorelasi:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,377 <sup>a</sup>	,142	,124	1,93052	1,998

- a. Predictors: (Constant), Personal Selling, Kualitas Pelayanan  
 b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah  
 Sumber: Output SPSS 24, 2022.

**Tabel 4.11**  
**Pengambilan Keputusan Hasil Uji Autokorelasi**

dL	dU	4-dL	4-dU	DW	Keputusan
1,634	1,715	2,367	2,285	1,998	Tidak ada Autokorelasi

Sumber: *Output SPSS 24, 2022.*

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji autokorelasi memperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,998. Pada uji autokorelasi untuk mengetahui tidak terdapat gejala autokorelasi, maka nilai *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai dU dan dL.

Pada tabel 4.11 pengambilan keputusan, diketahui banyaknya sampel ( $n$ ) pada penelitian ini 100, dengan jumlah variabel independen ( $k$ ) = 2. Sehingga memperoleh nilai  $dU = 1,715$  dan nilai  $4-dU = 2,285$ . Keputusan hasil uji autokorelasi ( $dU < DW < 4-dU$ ) ( $1,715 < 1,998 < 2,285$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terdapat gejala autokorelasi.

## **B. Pembuktian Hipotesis**

### **1. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mencari pengaruh atau hubungan dua variabel atau lebih antara variabel dependen (keputusan nasabah) dengan variabel independen (kualitas pelayanan dan *personal selling*). Adapun model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Hasil uji regresi linear berganda pada data penelitian dua variabel independen dengan satu variabel dependen menggunakan SPSS versi 24 diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9,871	5,692		1,734	,086
	Kualitas Pelayanan	,198	,079	,235	2,495	,014
	Personal Selling	,330	,102	,304	3,225	,002

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: *Output SPSS 24, 2022.*

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel independen Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) = 0,198 dan *Personal Selling* ( $X_2$ ) = 0,330. Serta nilai konstanta sebesar 9,871. Sehingga menghasilkan model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$\text{Keputusan Nasabah} = 9,871 + 0,198 (\text{Kualitas Pelayanan}) + 0,330 (\text{Personal Selling}) + 5,692$$

Model dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 9,871 menunjukkan bahwa nilai Kualitas Pelayanan dan *Personal Selling* konstan atau tetap, maka keputusan

nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan sebesar 9,871.

- b.  $b_1 = 0,198$ , nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,198. Apabila terjadi peningkatan sebesar 1 pada variabel tersebut maka keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan akan meningkat sebesar 0,198 dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap tetap.
- c.  $b_2 = 0,330$ , nilai koefisien regresi variabel *Personal Selling* ( $X_2$ ) sebesar 0,330. Apabila terjadi peningkatan sebesar 1 pada variabel tersebut, maka keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan akan meningkat sebesar 0,330 dengan asumsi variabel lainnya dianggap tetap.

## 2. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Dengan nilai  $\alpha = 0,05$  dan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut hasil uji F (simultan) menggunakan SPSS 24 dalam penelitian ini:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji F**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59,728	2	29,864	8,013	,001 <sup>b</sup>
	Residual	361,512	97	3,727		
	Total	421,240	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Personal Selling, Kualitas Pelayanan

Sumber: *Output SPSS 24, 2022.*

Berdasarkan uji F pada tabel 4.13, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 8,013 dengan nilai signifikansi 0,001. Sedangkan  $F_{tabel}$  ( $k; n-k$ ) (2; 100-2) maka diperoleh hasil sebesar 3,09. Maka hasil data menunjukkan ( $F_{hitung} 8,013 > F_{tabel} 3,09$ ) dan (signifikansi  $0,001 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan *personal selling* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

### 3. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 maka  $H_a$  diterima dan tolak  $H_0$  dan sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tolak  $H_a$  dan terima  $H_0$ .

Berikut hasil uji t (parsial) menggunakan SPSS 24 dalam penelitian ini:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji T**

		Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,871	5,692		1,734	,086
	Kualitas Pelayanan	,198	,079	,235	2,495	,014
	Personal Selling	,330	,102	,304	3,225	,002

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah  
 Sumber: *Output SPSS 24, 2022.*

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.14 menunjukkan hasil uji  $t_{hitung}$ , sedangkan untuk nilai  $t_{tabel}$  ( $\alpha/2$ ;  $n-k-1$ ) = (0,05/2; 100-2-1) memperoleh hasil sebesar 1,988. Berikut penjelasann masing-masing variabel:

a. Variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah

Berdasarkan hasil uji t diatas, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai thitung sebesar 2,495 dengan nilai signifikan 0,014. Maka hasil tersebut menunjukkan thitung 2,495 > ttabel 1,988. Dan signifikan 0,014 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

b. Variabel *personal selling* terhadap keputusan nasabah

Berdasarkan hasil uji t diatas, variabel personal selling memperoleh nilai thitung sebesar 3,225 dengan nilai signifikan 0,002. Maka hasil tersebut menunjukkan thitung 3,225 > ttabel 1,988. Dan signifikan 0,002 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan personal selling) terhadap variabel dependen (keputusan nasabah). Berikut hasil uji koefisien determinasi:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,377 <sup>a</sup>	,142	,124	1,93052

a. Predictors: (Constant), Personal Selling, Kualitas Pelayanan

Sumber: *Output SPSS 24, 2022.*

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.14 memperoleh nilai R square sebesar 0,142 atau 14,2%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan dan *personal selling*) secara serentak menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen (keputusan nasabah) sebesar 14,2%. Sedangkan sisanya 85,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian.

### **C. Pembahasan**

#### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai (Rahn) Di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan**

Kualitas pelayanan pada dasarnya adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah. Pelayanan merupakan kegiatan yang ditawarkan oleh sebuah lembaga atau organisasi kepada nasabah, yang bersifat tidak berwujud. Kualitas pelayanan memiliki peranan yang penting yaitu untuk bisa menarik calon nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Sebab kualitas pelayanan yang baik akan membawa dampak yang baik pula untuk perusahaan.

Berdasarkan tabel hasil uji t (secara parsial) diketahui variabel kualitas pelayanan (X1) memperoleh nilai thitung sebesar 2,495 dan nilai signifikan 0,014, dengan nilai ttabel pada regresi tersebut sebesar 1,988. Maka hasil uji tersebut

menunjukkan bahwa nilai thitung  $2,495 > t_{tabel} 1,988$  dan nilai signifikan  $0,014 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan, artinya H1 diterima.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mampu meningkatkan keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Bandaran. Yang berarti bahwa kinerja karyawan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan prosedur yang ada.

Karyawan BPRS Bhakti Sumekar melayani dengan ramah, sopan, etika yang baik dan mampu menghadapi keluhan nasabah serta bisa memenuhi harapan nasabah. Ditambah dengan pelayanan yang cepat terhadap proses pengajuan permohonan gadai sehingga cocok untuk nasabah yang membutuhkan dana mendesak untuk kebutuhan modal usaha dan lainnya. Hal ini bisa dilihat dari respon responden yang memberikan tanggapan pada item kualitas pelayanan sangat setuju sebanyak 488 dan taggapan setuju sebanyak 657.

Nasabah yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank secara tidak langsung akan menyampaikan rasa puasnya kepada orang lain dan akan mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk tersebut. Hal ini bisa dilihat dari respon responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 66 dan setuju 34. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank maka semakin tinggi pula keputusan nasabah menggunakan produk tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Epinaldi Ginting, dkk dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gadai Konvensional di PT Pegadaian Kanwil I Medan. Hasil penelitiannya adalah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.<sup>3</sup> Itu artinya kualitas pelayanan dibutuhkan oleh setiap lembaga karena kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat menyebabkan terjadinya pengambilan keputusan.

## **2. Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai (Rahn) Di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan**

*Personal selling* merupakan penjualan langsung atau bertatap muka antara pihak bank dengan calon nasabah untuk memperkenalkan suatu produk yang ditawarkan. Dengan menerapkan *personal selling* yang benar akan membentuk pemahaman calon nasabah terhadap produk yang ditawarkan yang kemudian calon nasabah akan mencoba menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan tabel hasil uji t (secara parsial) diketahui variabel *personal selling* (X2) memperoleh nilai thitung sebesar 3,225 dan nilai signifikan 0,002, dengan nilai ttabel pada regresi tersebut sebesar 1,988. Maka hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai thitung  $3,225 > ttabel 1,988$  dan nilai signifikan  $0,002 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan, yang artinya H2 diterima.

---

<sup>3</sup>Epinaldi Ginting, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gadai Konvensional di PT Pegadaian," Jurnal Ilmiah Socio Secretum 9, no. 1 (Juni, 2019).

Dalam hal ini menunjukkan bahwa variabel *personal selling* mampu meningkatkan keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai. Yang berarti karyawan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan memperkenalkan dan menawarkan produk dengan tepat kepada calon nasabah. Serta karyawan bisa meyakinkan nasabah dan mampu menguasai detail produk, sehingga nasabah mudah mengerti apa saja keunggulan produk gadai ini dibandingkan dengan produk gadai di lembaga keuangan yang lain.

Pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Bandaran Pamekasan aktif dalam mencari nasabah, hal ini bisa dilihat dari respon responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 58 dan tanggapan setuju sebanyak 41 responden. Pegawai BPRS Bhakti Sumekar juga pintar dalam melakukan penjualan dan tepat dalam menawarkan produk gadai emas tersebut, hal ini bisa dilihat dari responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 63 orang. Dan diketahui pekerjaan responden terbanyak adalah wiraswasta dan lainnya, sehingga bisa dijadikan modal dan digunakan untuk yang membutuhkan dana cepat.

Pihak bank sebelum menawarkan produk gadai tersebut harus dengan persiapan yang matang, seperti halnya menguasai dan mengetahui produk gadai yang nantinya akan ditawarkan kepada nasabahnya, dan berpenampilan rapi. sehingga nasabah nantinya akan yakin terhadap produk yang ditawarkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Abdul Rouf, dkk dengan judul Analisis Pengaruh *Advertising* dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. Hasil penelitiannya adalah secara parsial

*personal selling* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah.<sup>4</sup> Itu artinya *personal selling* merupakan bagian dari promosi yang bisa mempengaruhi keputusan, karena *personal selling* ini bisa berinteraksi langsung sehingga calon nasabah nantinya bisa tertarik dan mencoba memustuskan menggunakan produk yang ditawarkan.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai (Rahn) Di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan**

Menghadapi persaingan yang tinggi harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta memenuhi harapan nasabah. Salah satunya dengan memberikan kualitas pelayanan dan melakukan *personal selling* yang tepat.

Berdasarkan tabel hasil uji F (secara simultan) diketahui variabel kualitas pelayanan dan *personal selling* memperoleh nilai Fhitung sebesar 8,013 dan nilai signifikan 0,001, dengan nilai Ftabel pada regresi tersebut sebesar 3,09. Maka hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai Fhitung  $8,013 > Ftabel 3,09$  dan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan *personal selling* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan, yang artinya H3 diterima.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *personal selling* bersama-sama mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai. Yang berarti bahwa di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran kualitas pelayanan dan *personal selling* sudah sesuai dengan

---

<sup>4</sup>Abdul Rouf. dkk, "Analisis Pengaruh Advertising dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *Jurnal of Social Community* 6, no. 22 (Desember, 2021).

harapan nasabah sehingga nasabah memutuskan untuk menggunakan produk gadai tersebut. Hal tersebut berarti upaya BPRS Bhakti Sumekar menerapkan pelayanan dan *personal selling* untuk produk gadai dapat dikatakan sudah tepat dan baik.

BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Bandaran memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan, dengan cara seperti bersikap sopan, ramah perhatian, dan bisa memberikan informasi yang jelas yang mudah dipahami oleh nasabah. Dengan kualitas pelayanan yang baik BPRS Bhakti Sumekar juga menggunakan strategi promosi *personal selling*. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Bandaran menerapkan dan menciptakan *personal selling* yang handal yang dapat bersaing. Pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Bandaran memaparkan produk gadai dengan tepat dan menarik sehingga nasabah tertarik mencoba menggunakan produk yang ditawarkan.

Berdasarkan data yang diperoleh untuk jenis kelamin persentase tertinggi adalah wanita yaitu sebesar 63%. Dan untuk pekerjaan responden persentase tertinggi adalah wiraswasta dan lainnya. Untuk pekerjaan wiraswasta sebesar 36% dan lainnya sebesar 48%. Pekerjaan lainnya tersebut adalah ibu rumah tangga. Hal ini menunjukkan bahwa produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Bandaran bisa dipergunakan untuk nasabah dari berbagai kalangan.

Diketahui dari hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) memperoleh nilai *R Square* sebesar 0,142 atau 14,2%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan dan *personal selling*) secara serentak menjelaskan

pengaruhnya terhadap variabel dependen (keputusan nasabah) sebesar 14,2%, sedangkan untuk sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Jamaluddin, dkk dengan judul Pengaruh *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada PT Bank Danamon Indonesia Tbk Cabang Katamso Medan. Hasil penelitiannya adalah *personal selling* dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan.<sup>5</sup> Itu artinya kualitas pelayanan dan *personal selling* cukup berperan penting terhadap sebuah lembaga. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan menerapkan *personal selling* yang tepat itu akan mempunyai banyak nasabah sehingga akan mencapai target yang ditentukan.

---

<sup>5</sup>Jamaluddin. dkk, "Pengaruh *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada PT Bank Danamon Indonesia Tbk Cabang Katamso Medan," *Jurnal Manajemen Research* 2, no. 2 (Oktober, 2019).