

**ANALISIS KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH
PEMBIAYAAN KPR DI PT. BANK BTN KANTOR CABANG
SYARIAH BANJARMASIN**

Lisna Ariyani

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia,
Jl. A. Yani No.Km. 4.5, RW.5, Kebun Bunga, Kec. Banjarmasin Tim., Kota
Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70235
E-mail: lisnaariyani1210@gmail.com

Yusuf Asyahri*

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia,
Jl. A. Yani No.Km. 4.5, RW.5, Kebun Bunga, Kec. Banjarmasin Tim., Kota
Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70235
E-mail: yusufasyahri@uin-antasari.ac.id

*Correspondent author's

ABSTRACT

This research is motivated by the high need among the community to be able to own a house, so that the mortgage financing product issued by the Islamic State Savings Bank is one type of service to obtain loans in providing housing loans to its customers. There are many factors that influence customer decisions in choosing mortgage financing, including price, service quality and promotion. This study aims to determine the effect of price, service quality and promotion variables simultaneously and partially on customer decisions in choosing mortgage financing at PT. State Savings Bank (PERSERO) Tbk. Banjarmasin Sharia Branch Office. This research uses associative research method with quantitative descriptive approach. The sampling technique used is simple random sampling. Data was collected by distributing questionnaires or questionnaires and 100 respondents were obtained and processed using the SPSS 18 tool. State Savings Bank (PERSERO) Tbk. Banjarmasin Sharia Branch Office. Either partially, or simultaneously.

Keywords: *Unemployment, Forecasting, ARIMA.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya kebutuhan masyarakat untuk dapat memiliki rumah, sehingga produk pembiayaan KPR yang dikeluarkan oleh Bank Tabungan Negara Syariah merupakan salah satu jenis layanan untuk mendapatkan pinjaman dalam memberikan kredit pemilikan rumah kepada para nasabahnya.

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR antara lain harga, kualitas layanan dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan dan parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner atau kuisioner dan diperoleh 100 responden dan diolah dengan menggunakan alat SPSS 18. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Baik sebagian, atau secara bersamaan.

Kata kunci: Pengangguran; Peramalan; ARIMA.

PENDAHULUAN

Di negara maju, Bank bukanlah sesuatu yang asing bagi masyarakat. Keberadaan Bank sendiri sangat dibutuhkan di negara-negara maju. Bank dikatakan sebagai lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam kegiatan keuangan. Perbankan merupakan salah satu lembaga yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara, pertumbuhan ekonomi negara itu sendiri dapat dilihat dari pertumbuhan bank (Ismail, 2010).

Layanan bebas bunga diberikan oleh perbankan Islam kepada para nasabahnya. Semua bentuk transaksi pembayaran dan penarikan dengan bunga dilarang. Menarik atau membayar bunga (riba) di dalam Islam dilarang untuk kaum muslimin. Pelarangan inilah yang membedakan sistem perbankan Islam dengan sistem perbankan konvensional. Secara teknis, riba adalah tambahan pada jumlah pokok pinjaman dan jumlah pinjamannya (latifa & Mervyn, 2001).

Pembiayaan adalah salah satu tugas pokok bank, bagi pihak-pihak yang mengalami *deficit unit* diberikan fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Antonio, 2001).

Dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dapat diketahui pertumbuhan pembiayaan perbankan Syariah pada kuartal 4 tahun 2020 di bulan Oktober sampai November mengalami pertumbuhan sebesar Rp 242.516 miliar menjadi Rp 245.597 miliar. Pada kuartal 4 tahun 2020 di bulan Desember terjadi peningkatan dari bulan sebelumnya sebesar Rp.246.532 miliar dan pada kuartal 1 tahun 2021 terjadi penurunan dari bulan sebelumnya sebesar Rp.246.087 miliar. Kemudian pada kuartal 1 tahun 2021 di bulan februari mengalami penurunan kembali sebesar Rp.245.926 miliar dan pada kuartal 1 tahun 2021 di bulan Maret mengalami peningkatan yang lumayan besar yaitu sebesar Rp.248.181 miliar.

PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk yaitu salah satu bank syariah di Indonesia, merupakan perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam. Tujuan Perbankan syariah memiliki sama dengan bank konvensional, dengan cara meminjamkan modal, menyimpan dana, membiayai kegiatan usaha dan kegiatan lainnya yang sesuai dengan prinsip hukum islam sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi perbankan (Suhendro, 2019).

Pembiayaan KPR sendiri merupakan salah satu produk pembiayaan yang tersedia di Bank Tabungan Negara Syariah ditinjau dari jenis pelayanan dalam menerima pinjaman dalam memberikan kredit pemilikan rumah kepada nasabahnya. Karena tingginya kebutuhan masyarakat untuk dapat memiliki tempat tinggal, maka lahirlah KPR. Pada awalnya KPR sendiri merupakan salah satu produk yang diciptakan oleh perbankan konvensional. Namun, perbankan syariah juga telah banyak melakukan sejalan dengan perkembangannya (Heykal, 2014).

Dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Dapat diketahui pertumbuhan Pembiayaan KPR di Perbankan Syariah pada kuartal 4 tahun 2020 di bulan Oktober sampai November mengalami pertumbuhan sebesar Rp.38.810 miliar menjadi

Rp.39.282 miliar dan kemudian pada bulan Desember terjadi peningkatan lagi dari bulan sebelumnya sebesar Rp.39.413 miliar dan pada kuartal 1 tahun 2021 di bulan Januari kembali mengalami peningkatan sebesar Rp.39.510 miliar dan pada bulan Februari kembali lagi mengalami peningkatan sebesar Rp.39.607 miliar dan pada bulan Maret terus mengalami peningkatan sebesar Rp.39.643 miliar.

Dari hal tersebut, penulis melihat perkembangan pembiayaan dan KPR yaitu menunjukkan pertumbuhan yang lumayan bagus walau terdapat penurunan. Hal tersebut juga merupakan kesempatan baik untuk dijadikan peluang bagi bank dalam memperoleh potensi menjadi lebih baik lagi dalam kedepannya. Akan tetapi, ada pertimbangan masyarakat dalam mengambil keputusan. Sebelum terjadinya keputusan nasabah ada beberapa proses yang menjadi model perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan konsumen diantaranya yaitu, harga, kualitas pelayanan dan promosi.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dan latar belakang masalah yang dikemukakan tersebut, maka rumusan masalahnya adalah apakah variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin serta apakah variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin serta untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

METHODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian asosiatif yang bertujuan untuk melihat hubungan antar variabel atau lebih dalam penelitian. (Fure, 2013) Pendekatan yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif yang pengujian hipotesis berfokus pada data-data yang diolah (Putra & Herianingrum, 2015). Lokasi penelitian ini bertempat di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin yang bertempat di Jl. Ahmad Yani KM 5,5 No 456, Pemurus Luar, Kec. Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70236.

Populasi yang digunakan dalam Penelitian ini adalah nasabah yang melakukan pembiayaan KPR di Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Populasi (Syahrudin dan Salim, 2012). Dalam metode ini penelitian menentukan sampelnya menggunakan *purposive sampling*, yaitu penentuan sampling dengan pertimbangan tertentu. (Putra & Herianingrum, 2015) Karakter sampel yang digunakan adalah nasabah pembiayaan KPR di PT. Bank

Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Oleh karena jumlah populasi tidak diketahui, maka untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus *Unknow Population* sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{Za/2\sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan

- n = Jumlah sampel
- Za = Ukuran tingkat kepercayaan
- a = 0,05, maka Z= 1,96
- σ = Standar deviasi = 0,25
- e = *Sstandart error* atau kesalahan yang dapat ditoleransi (5%)

$$\begin{aligned} \text{Perhitungannya:} &= \left(\frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2 \\ &= 96,04 \approx 100 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder. Data Primer artinya data dari peneliti yang biasa dilakukan dengan wawancara yang langsung diperoleh dari individu. Maka deengan teknik pengumpulan data yang berasal dari nasabah terkait mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Data sekunder ialah data yag sudah dukumpulkan dan sudah diolah oleh peneliti (Hutagalung, 2016). Data yang sudah diperoleh dari hasil wawancara terkait dengan penelitian ini.

Penelitian ini Pengumpulan data menggunakan angket/informasi lapangan yaitu dengan teknik menggunakan pertanyaan yang disusun untuk diajukan kepada responden (Rukajat, 2018).

Skala likert Alat ukur yang dipergunakan dalam penelitian ini *likert*. Skala ini memberikan pernyataan peerihal suatu objek dari responden yang diminta untuk menunjukkan taraf persetujuannya (Romdhoni & Sari, 2018), Untuk mengukurnya dilakukan dengan cara menyebar kuesioner (angket) dengan menggunakan *skala* yang menurut pernyataan tertulis yang ditunjukkan untuk diisi oleh nasabah Pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Tabel 1. Indikator variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Harga (X1)	Harga ialah dimana suatu produk atau jasa yang digunakan untuk mendapatkan keuntungan berdasarkan dari jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan	Keterjangkauan Harga Kesesuaian Harga dengan Kualitas produk Kesesuaian harga dengan Manfaat Daya Saing Harga
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan ialah kemampuan agar dapat memuaskan kebutuhan yang tersirat melalui totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) Kehandalan (<i>Reliability</i>) Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) Jaminan (<i>Assurance</i>) Empati (<i>Empathy</i>)
Promosi (X3)	Promosi merupakan mendorong serta membujuk agar membeli suatu produk atau jasa dengan cara mengkomunikasikan atau menginformasikan manfaat dari sebuah produk atau jasa	Periklanan (<i>Advertising</i>) Penjualan Perorangan (<i>Personal Selling</i>) Publisitas (<i>publicity</i>) Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)
Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan pembelian dimana terpenuhinya kebutuhan atau keinginan terhadap suatu produk atau jasa melalui proses penyelesaian masalah	Pengenalan Masalah Pencarian Informasi Evaluasi Alternatif Keputusan Pembelian Perilaku Pasca Pembelian

Tabel 2. Instrumen menggunakan Skala Likert

Jawaban	Skor
	Positif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Selanjutnya, data tersebut dianalisis melalui tiga tahap yakni uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas), regresi linier berganda dan uji hipotesis.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga adalah sejumlah uang atau aspek lain yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Dalam unsur bauran

pemasaran, harga adalah satu-satunya yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Tidak mudah untuk membuat keputusan tentang harga. Di satu sisi keuntungan jangka pendek akan membuat harga menjadi terlalu mahal, akan sulit dijangkau konsumen sedangkan peningkatan kinerja pemasaran dapat dipicu oleh harga yang murah atau harga yang terjangkau (Tecoalu dkk., 2021).

Berikut untuk mengukur harga dengan beberapa indikator yaitu: a) Keterjangkauan harga: adalah daya beli produk yang dibeli oleh konsumen. b) Kualitas jasa/produk dengan kesesuaian harga: salah satu indikator dalam menentukan kualitas barang itu sendiri adalah harga produk. Tidak selamanya kualitas suatu barang ditandai dengan harga yang mahal. c) Daya saing harga: Kemampuan produk pada harga yang ditetapkan oleh perusahaan untuk bersaing dengan produk sejenis, meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi dari produk sejenis. d) Manfaat dengan kesesuaian harga: manfaat yang diperoleh dari pembeli akan berbanding lurus dengan tingginya harga produk (Tecoalu dkk., 2021).

Maqashid al-Syariah digunakan sebagai penentuan harga dalam Islam sesuai, dan agar terhindarnya kerusakan dan terealisasinya kemaslahatan terhadap umat. Jika penetapan harga dilakukan oleh Rasulullah waktu itu, maka mekanisme pasar akan terjadi kontradiktif. Namun *Maqashid al-Syariah* menjadi suatu keharusan pada situasi tertentu agar terperangnya distorsi pasar dengan ditegakkannya kemaslahatan umat (Muslimin dkk., 2020).

HASIL AND PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Usia Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, karakteristik responden yang merupakan nasabah pembiayaan KPR Bank BTN KCS Banjarmasin berdasarkan usia dapat di lihat pada table 4.1 berikut ini.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	21-25	17	17
2.	26-30	31	31
3.	31-35	20	20
4.	36-40	20	20
5.	41-45	8	8
6.	46-50	4	4
	Jumlah	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Berdasarkan Tabel 3 diatas diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berusia 21-25 tahun sebanyak 17 orang atau 17%, dengan usia 26-30 31 orang

atau 31%, kemudian pada usia 31-35 20 orang atau 20% , dan pada usia 36-40 adalah 20 orang atau 20%, kemudian 8 orang atau 8% berusia 41-45, dengan usia 46-50 hanya 4 orang atau 4%. Sehingga sebagian besar nasabah pembiayaan KPR di Bank BTN Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang menjadi responden dalam penelitian ini berusia 26-30 tahun atau 30% Pendidikan Terakhir.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	SD	1	1
2.	SMP	5	5
3.	SMA/Sederajat	38	38
4.	Diploma	9	9
5.	S1	46	46
6.	S2	1	1
	Jumlah	100	100

Sumber: Hasil Pengelohan Data Kuesioner, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berpendidikan SD hanya 1 orang atau 1%, dengan pendidikan menengah 5 orang atau 5%, dengan pendidikan menengah/ sederajat 38 orang atau 38%, maka untuk pendidikan diploma sampai dengan 9 orang atau 9%, 46 atau 46% untuk pendidikan sarjana, kemudian hanya 1 orang untuk pendidikan magister atau 1%. Sehingga dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan perguruan tinggi sebanyak 46 orang atau 46%. Artinya, sebagian besar nasabah pembiayaan KPR Bank BTN di Kantor Cabang Syariah Banjarmasin adalah orang-orang dengan latar belakang pendidikan universitas dari berbagai bidang keahlian.

Pekerjaan

Berikut ini diperoleh data dalam bentuk tabel karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan sebagai berikut.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	PNS	9	9
2.	Karyawan Swasta	63	63
3.	Karyawan BUMN/BUMD	7	7
4.	wiraswasta	9	9
5.	Lain-lain	12	12
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022.

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai karyawan di sektor swasta yaitu 63 orang atau 63%. Artinya, sebagian besar nasabah pembiayaan KPR Bank BTN di Kantor Cabang Banjarmasin Syariah adalah pegawai swasta yang bekerja dengan penghasilan tetap dan dapat memenuhi persyaratan pembiayaan KPR.

Analisis Data

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan uji validitas yang operasionalnya menggunakan batuan aplikasi SPSS for windows versi 18. Apabila memiliki nilai r hitung lebih besar disbanding dengan r tabel maka item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Uji validitas dalam penelitian ini r tabel yang ditentukan adalah sebesar 0,1966.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0.802	0.1966	Valid
	X1.2	0.703	0.1966	Valid
	X1.3	0.479	0.1966	Valid
	X1.4	0.739	0.1966	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0.709	0.1966	Valid
	X2.2	0.697	0.1966	Valid
	X2.3	0.669	0.1966	Valid
	X2.4	0.592	0.1966	Valid
	X2.5	0.499	0.1966	Valid
Promosi (X3)	X3.1	0.839	0.1966	Valid
	X3.2	0.851	0.1966	Valid

	X3.3	0.885	0.1966	Valid
	X3.4	0.842	0.1966	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	Y1	0.506	0.1966	Valid
	Y2	0.671	0.1966	Valid
	Y3	0.704	0.1966	Valid
	Y4	0.748	0.1966	Valid
	Y5	0.518	0.1966	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 18 (2022)

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas, dapat diketahui semua item pernyataan variabel bisa dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ seperti yang di syaratkan.

Hasil uji reliabilitas

Alpha Dalam penelitian ini, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, dan apakah alat ukur yang digunakan reliabel dan tetap konsisten jika pengukuran diulang. Jika *Alpha Cronbach's* $\geq 0,60$ maka reliabel.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen penelitian

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Harga (X1)	0.653	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	0.635	Reliabel
3.	Promosi(X3)	0.873	Reliabel
4.	Keputusan Nasabah (Y)	0.624	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 18 (2022)

Dari hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel > 0.60 dimana untuk variabel Harga (X₁) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.653, Kualitas Pelayanan (X₂) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.635, promosi (X₃) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.873 dan variabel Keputusan nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.624. Dengan demikian dapat disimpulkan dalam penelitian ini semua butir item reliable.

Uji Asumsi Klasik

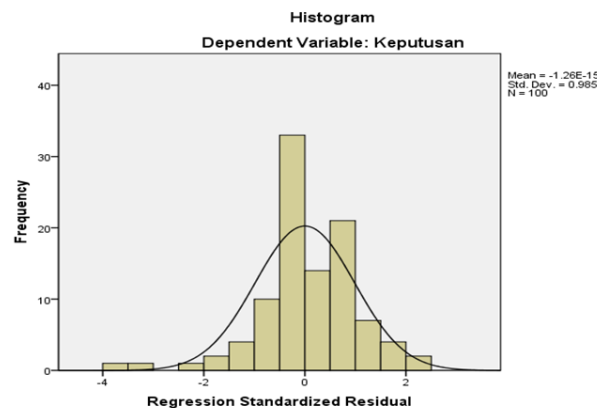
Jika signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal dan jika signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.81058834
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.106
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		1.198
Asymp. Sig. (2-tailed)		.113

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 18 (2022)

Berdasarkan Tabel di atas, diperoleh nilai asymp. sig. (2-tailed) sebesar 0.113 lebih besar dari 0.05. jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa data berdistribusi normal.



Gambar 1. Grafik Uji Normalitas

Pada grafik terlihat bahwa garis-garis yang membentuk citra mirip gunung berimbang, yaitu data pengamatan yang berdistribusi mendekati normal.

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat di dalam model regresi ada tidaknya korelasi antar variabel bebas. Jika nilai *Cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* > 0.10 atau sama dengan nilai VIF <10 (Tajudin & Mulazid, 2017).

Tabel 8. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Variabel	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Harga	0.604	1.654
Kualitas Pelayanan	0.474	2.108
Promosi	0.466	2.144
Dependent Variable: Keputusan		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 18 (2022)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dalam tabel di atas, diperoleh nilai VIF Harga (X_1) sebesar 1.654, Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 2.108 dan Promosi (X_3) sebesar 2.144 berarti lebih kecil dari ($VIF < 10$). Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Homoskedastisitas ialah model regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residul lebih besar dari 0,05 (Tajudin & Mulazid, 2017).

Tabel 9. Hasil Pengujian Homoskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Harga	0.849	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kualitas Pelayanan	0.119	Tidak terjadi heterokedastisitas
Promosi	0.190	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 18 (2022)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dalam tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.849 untuk harga, 0.119 untuk kualitas pelayanan dan 0.190 untuk promosi. Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan promosi (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank BTN Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dengan pengujian analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 18. Berikut adalah hasil pengujian regresi linier berganda mengenai pengaruh harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan promosi (X_3) terhadap keputusan pelanggan (Y) Bank BTN Cabang Syariah Banjarmasin adalah sebagai berikut.

Tabel 10. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	12.491	2.982		4.189	.000
Harga	.054	.110	.051	2.659	.000
Kualitas Pelayanan	.342	.104	.318	3.290	.001
Promosi	.029	.053	.059	2.291	.004

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 18 (2022)

Berdasarkan tabel di atas diketahui persamaan regresi linier yaitu:

$$Y = 12.491 + 0.054X_1 + 0.342X_2 + 0.029X_3$$

Nilai constant sebesar 12.491 mengartikan bahwa variabel dependen sebelum dipengaruhi oleh variabel independen yaitu harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan Promosi (X_3).

β_1 sebagai nilai koefisien regresi X_1 mempunyai nilai sebesar 0.054. Artinya variabel independen yaitu harga sebagai X_1 , menunjukkan bahwa variabel X_1 ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen, yaitu keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel harga akan mempengaruhi variabel keputusan sebesar 0.054, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

β_2 sebagai nilai koefisien regresi X_2 mempunyai nilai sebesar 0.342. Artinya variabel independen yaitu kualitas pelayanan sebagai X_2 , menunjukkan bahwa variabel X_2 ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen, yaitu keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel kualitas pelayanan akan mempengaruhi variabel keputusan sebesar 0.342, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

β_3 sebagai nilai koefisien regresi X_3 mempunyai nilai sebesar 0.029. Artinya variabel independen yaitu promosi sebagai X_3 , menunjukkan bahwa variabel X_3 ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen, yaitu keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel promosi akan mempengaruhi variabel keputusan sebesar 0.029, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2 dan Promosi (3) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y) Bank BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dalam memilih Pembiayaan KPR. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar $<0,05$.

Tabel 11. Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression Residual	5.003	0.003
Predictor: (Constant) Promosi (X2), Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X3)		
Dependent Variable: Keputusan (Y)		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 18 (2022)

Berdasarkan tabel 11 di atas dapat diketahui nilai signifikan untuk pengaruh harga (X₁), pengaruh kualitas pelayanan (X₂) dan pengaruh promosi (X₃) terhadap keputusan nasabah (Y) adalah sebesar $0.003 < 0.05$, dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$, yaitu $5.003 > 3.090$. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel harga (X₁), kualitas pelayanan (X₂) dan promosi (X₃) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Jika nilai sig. < 0.05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Jika nilai sig. > 0.05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Based on Figure 63(b), it can be seen that the ACF plot is cut off, and PACF dies down, so it can be assumed that the suitable model for this data is the IMA model.

Tabel 12. Hasil Uji T

Variabel	T	Signifikansi
Harga (X1)	2.659	0,000
Kualitas Pelayanan (X2)	3.290	0.001
Promosi (X3)	2.291	0.004
Variabel dependen: Keputusan		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 18 (2022)

Pada tabel 12, kolom T menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2.659 dan nilai dari t_{tabel} dengan rumus $df = (n-k-1)$ diperoleh angka sebesar 1.661. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.659 > 1.661$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Kolom T menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3.290 dan nilai dari t_{tabel} dengan rumus $df = (n-k-1)$ diperoleh angka sebesar 1.661. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.290 > 1.661$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

olom T menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2.921 dan nilai dari t_{tabel} dengan rumus $df = (n-k-1)$ diperoleh angka sebesar 1.661. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.921 > 1.661$) dengan tingkat signifikan $0,004 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

KESIMPULAN

Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan promosi (X_3) terhadap variabel keputusan nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama faktor harga, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Banjarmasin. Secara Parsial terdapat pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin. Variabel harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Banjarmasin. Variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Banjarmasin. Variabel promosi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Banjarmasin.

REFERENCES

- Ali, K. (2017). Pengaruh Promosi dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Ekasave pada Bank Eka Kantor Pusat Metro. 11(1), 9.
- Antonio, M. (2001). Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik. Gema Insani.
- Bachmid, S., Musyawarah, I., Hidayah, N. R., & Pratamasyari, D. A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1), 70–86. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.23.70-86>
- Bahri, S. (2013). Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam. *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 8(1), 135–154. <https://doi.org/10.21274/epis.2013.8.1.135-154>
- Darda, A., & Abdulah, B. (t.t.). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Bersekolah di SMAM Wanaraja. 16.
- Fahim, A. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Gadai Emas di Unit Penggadaian Syariah Suci Gresik. 17.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. 11.
- Hasanuddin, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Emas.
- Heykal, M. (2014). Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah pada Bank Syariah di Indonesia: Studi Pendahuluan. *Binus Business Review*, 5(2), 519. <https://doi.org/10.21512/bbr.v5i2.1010>
- Ismail. (2010). Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi. Kencana.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- latifa, M. A., & Mervyn, K. L. (2001). Perbankan Syariah. PT Serambi Ilmu Semesta.
- Lestari, G. A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata. 7, 13.
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Putra, R. P., & Herianingrum, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya.

- Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, 1(9), 622.
<https://doi.org/10.20473/vol1iss20149pp622-635>
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research Approach) (Pertama). CV Budi Utama.
- Suhendro, D. (2019). Rancang Bangun Aplikasi Data Permohonan Gadai Emas pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Kota Perdagangan Kabupaten Simalungun Ega Khairunnisa Lubis1, Dedi Suhendro2 1AMIK Tunas Bangsa Pematangsiantar. 8(4), 13.
- Syahrum dan Salim. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif. Citapustaka Media.
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri kcp. Sawangan Kota Depok. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1). <https://doi.org/10.32678/ijei.v8i1.64>
- Tasruddin, R. (2015). Stategi Promosi Periklanan Yang Efektif. 1, 10.
- Tecoalu, M., Tj, H. W., & Ferdian, F. (2021). Effect Of Price Perception And Brand Awareness On Service Quality Mediated By Purchasing Decisions: (Study Case on PT. Maybank Indonesia Finance Credit Products). *Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)*, 1(4), 183–195. <https://doi.org/10.51715/husocpument.v1i4.127>
- Tyas, R. R., & Setiawan, A. (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 277. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i2.277-297>
- Wahab, A. (2019). Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan atau Gadai syariah. 26.