

ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN PROGRAM REPLANTING KELAPA SAWIT (STUDI KASUS NASABAH BANK RIAU KEPRI SYARIAH KCP LIPATKAIN)

¹Sukwan Efendi,* Amsah Hendri Doni²

1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil
Djambek Bukittinggi

sukwanefendi@gmail.com

2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil
Djambek Bukittinggi

amsahhendridoni@uinbukittinggi.ac.id

Abstract

Several types of financing products at Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain, one of which is financing for the oil palm replanting program. To improve customer decisions in financing the oil palm replanting program at Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain, there is a need for product marketing, prices and promotions. This research aims to determine and analyze: (1) The influence of products on customer decisions (2) The influence of price on customer decisions (3) The influence of promotions on customer decisions (4) The influence of products, prices and promotions on customer decisions simultaneously. This research is field research using descriptive quantitative methods. The sample in this study was 58 customers who were used as respondents, the collection method was based on the Non Probability Sampling method or saturated sampling where the entire population was selected as a sample, namely 58 customers of Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain for the 2023 oil palm replanting program. The data collection technique used questionnaires and observations. The data analysis techniques used in this research were research instrument tests (validity test and reliability test), classical assumption tests (autocorrelation test, normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), multiple linear regression test, R² determinant coefficient test, and hypothesis testing (T test) and (F test). Based on the results obtained in this research, the product variable obtained results with a significant value greater than alpha 0.05% ($0.348 \geq 0.05$), the price variable obtained results with a significant value smaller than alpha 0.05% ($0.000 \leq 0.05$), the promotion variable obtained results with a significant value greater than alpha 0.05% ($0.721 \geq 0.05$). Based on the results of research tests using multiple linear analysis techniques, it can be stated simultaneously or together that there is a positive and significant influence with a significant F value of $0.000 \leq 0.05$. The determinant coefficient (R²) value is 0.377 or 37.7%, which means that simultaneously there is a contribution from the independent variable to the dependent variable of 0.377 or 37.7% and the remaining 62.3% is influenced by other variables not discussed in this research, namely variables location, services, procedures and facilities.

Keywords: Product, Price, Promotion, Customer Decision

Abstrak

Beberapa jenis produk pembiayaan di Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain yaitu salah satunya pembiayaan program *replanting* kelapa sawit. Untuk meningkatkan keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan program *replanting* kelapa sawit di Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain perlunya suatu pemasaran produk, harga, dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : (1) Pengaruh produk terhadap keputusan nasabah (2) Pengaruh harga terhadap keputusan nasabah (3) Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah (4) Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan nasabah secara simultan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Sampel pada penelitian ini sebanyak 58 nasabah yang di jadikan sebagai responden, metode pengambilannya berdasarkan metode *Non Probability Sampling* atau sampling jenuh yang mana seluruh populasi dipilih menjadi sampel yaitu 58 nasabah Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain program *replanting* kelapa sawit tahun 2023. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji autokorelasi, uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas), uji regresi linear berganda, uji koefisien determinan R^2 , serta uji hipotesis (uji T) dan (uji F). Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa variabel produk diperoleh hasil dengan nilai signifikan lebih besar dari alpha 0.05% ($0.348 \geq 0.05$), variabel harga diperoleh hasil dengan nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0.05% ($0.000 \leq 0.05$), variabel promosi diperoleh hasil dengan nilai signifikan lebih besar dari alpha 0.05% ($0.721 \geq 0.05$). Berdasarkan hasil uji penelitian dengan menggunakan teknik analisis linear berganda, dapat dinyatakan secara simultan atau bersama-sama bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dengan nilai F_{hitung} signifikan sebesar $0.000 \leq 0.05$. Nilai koefisien determinan (R^2) sebesar 0.377 atau sebesar 37,7% yang berarti secara simultan adanya kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0.377 atau sebesar 37.7% dan sisanya sebesar 62.3% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini yaitu variabel lokasi, pelayanan, prosedur, dan fasilitas.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Keputusan Nasabah

I. Pendahuluan

Banyaknya bank syariah di Indonesia, yang pengarang cermat merupakan Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain. Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain ialah perbankan syariah BUMD Provinsi Riau serta Kepulauan Riau Kecamatan Kampar Kiri yang berkantor agen di Kabupaten Kampar Bangkinang. Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain ini ada sebagian tipe produk pembiayaan ialah salah satunya pembiayaan program *replanting*

kelapa sawit. Salah satu aktivitas yang berarti dalam metode budidaya kelapa sawit merupakan pembaharuan (*replanting*). Buat tingkatan keputusan nasabah dalam melaksanakan pembiayaan program *replanting* kelapa sawit di Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain perlunya sesuatu penjualan produk, harga, serta promosi.

Selanjutnya ini jumlah pelanggan yang memakai pembiayaan program *replanting* kelapa sawit:

Tabel 1
Data Jumlah Nasabah Program Pembiayaan *Replanting* Kelapa Sawit
Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	67
2020	59
2021	63
2022	41
2023	58

Sumber : Hasil wawancara dengan karyawan Account Officer Kredit (MKM)

Buat keputusan nasabah memakai pembiayaan program *replanting* kelapa sawit bisa di jelaskan pada di atas dalam 5 tahun terakhir mulai dari tahun 2019 hingga dengan 2023 menerangkan terbentuknya fluktuasi jumlah pelanggan, dimana keputusan nasabah di pengaruhi oleh produk, harga, serta promosi.

Produk pembiayaan progam *replanting* kelapa sawit merupakan produk yang diperuntukkan pada warga yang menginginkan bayaran buat penanaman balik ladang kelapa sawitnya. Kebanyakan warga setempat mempunyai pekebunan kelapa sawit, tetapi wawasan produk warga sedang sedikit alhasil warga yang menyudahi memakai program pembiayaan *replanting* kelapa sawit terhitung sedang sedikit.

Tidak hanya itu harga yang ditawarkan Bank Riau Kepri Syariah pada program pembiayaan *replanting* kelapa sawit ini tercantum terjangkau alhasil membolehkan buat menarik warga ataupun pelanggan yang ingin memakai program pembiayaan *replanting* kelapa sawit ini tetapi harga yang ditawarkan pihak Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain pada pelanggan sedang kurang dari keinginan pelanggan. Dimana anggaran dari pihak bank yang dikeluarkan dikala ini 15- 20 juta per hektar, tetapi anggaran yang diperlukan pelanggan buat awal tanah dekat 25- 30 juta per hektar.

Promosi pula tercantum ke dalam keputusan nasabah buat memakai program *replanting* Bank Riau Kepri Syariah, promosi yang dicoba oleh pihak Bank Riau Kepri Syariah dikala ini sedang kurang hingga ke pelanggan, alhasil

pelanggan kurang memperoleh data hal progam pembiayaan *replanting* kelapa sawit.

Selanjutnya ini informasi harga pembiayaan program *replanting* kelapa sawit di Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain:

Tabel 2

Pembiayaan *Replanting* Kelapa Sawit Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain

Margin (%) Per Tahun	11.00%	11.00%	11.00%	11.00%	11.00%
Setara Flat Per Tahun	6.06%	5.93%	5.95%	6.01%	6.09%
Plafond	Jangka waktu (Dalam Bulan)				
	12	24	36	48	60
10,000,000	88,817	466,078	327,387	258,455	217,424
20,000,000	1,767,633	932,157	654,774	516,910	434,848
30,000,000	2,651,266	1,398,235	982,162	775,366	652,273
40,000,000	3,535,266	1,864,314	1,309,549	1,033,821	869,697
50,000,000	4,419,083	2,330,392	1,636,936	1,292,276	1,087,121
60,000,000	5,302,900	2,796,470	1,964,323	1,550,731	1,304,545
70,000,000	6,186,716	3,262,549	2,291,710	1,809,187	1,521,970
80,000,000	7,070,533	3,728,627	2,619,097	2,067,642	1,739,394
90,000,000	7,954,349	4,194,705	2,946,485	2,326,097	1,956,818
100,000,000	8,838,166	4,660,784	3,273,872	2,584,552	2,174,242
110,000,000	9,721,982	5,126,862	3,601,259	2,843,007	2,391,667
120,000,000	10,605,799	5,592,941	3,928,646	3,101,463	2,609,091
130,000,000	11,489,616	6,059,019	4,256,033	3,359,918	2,826,515
140,000,000	12,373,432	6,525,097	4,583,420	3,618,373	3,043,939
150,000,000	13,257,249	6,991,176	4,910,808	3,876,828	3,261,363
160,000,000	14,141,065	7,457,254	5,238,195	4,135,284	3,478,788
170,000,000	15,024,882	7,923,332	5,565,582	4,393,739	3,696,212
180,000,000	15,908,699	8,389,411	5,892,969	4,652,194	3,913,636
190,000,000	16,792,515	8,855,489	6,220,356	4,910,649	4,131,060
200,000,000	17,676,332	9,321,568	6,547,743	5,169,105	4,348,485
220,000,000	19,443,965	10,253,724	7,202,518	5,686,015	4,783,333
240,000,000	21,211,598	11,185,881	7,857,292	6, 202,925	5,218,182
260,000,000	22,979,231	12,118,038	8,512,066	6,719,836	5,653,030
280,000,000	24,746,864	13,050,195	9,166,841	7, 236,746	6,087,878

300,000,000	26,514,498	13,982,351	9,821,615	7,753,657	6,522,727
320,000,000	28,282,131	14,914,508	10,476,389	8,270,567	6,957,575
340,000,000	30,049,764	15,846,665	11,131,164	8,787,478	7,392,424
370,000,000	32,701,214	17,244,900	12,113,325	9,562,843	8,044,697
400,000,000	35,352,663	18,643,135	13,095,487	10,338,209	8,696,969
450,000,000	39,771,746	20,973,527	14,732,423	11,630,485	9,784,090
500,000,000	44,190,829	23,303,919	16,369,359	12,922,761	10,871,212

Sumber : Hasil wawancara dengan karyawan Account Officer Kredit (MKM)

Oleh sebab itu butuh dicoba riset hal keputusan nasabah kepada produk, harga, serta promosi. Bersumber pada uraian di atas hingga pengarang bisa menarik kesimpulan mengangkut kepada karangan **“Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Program Replanting Kelapa Sawit (Studi Kasus Nasabah Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain)”**.

II. Metode Penelitian

Tipe Penelitian

Pendekatan yang dicoba dalam riset ini ialah pendekatan kuantitatif deskriptif, ialah sesuatu pendekatan mengulas hal pengumpulan, meringkas, melaksanakan pengukuran, konsentrasi, peyebaran informasi supaya sanggup menyuguhkan informasi jadi data yang bermanfaat serta lebih dimengerti.

Posisi serta Durasi Penelitian

Posisi riset dicoba pada Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain, Kec Kampar Kiri, Kab Kampar. Serta durasi awal riset yang sudah pengarang jalani pada bulan Maret 2024 s.d Berakhir.

Tipe serta sumber Data

Buat tujuan riset ini, Pelanggan Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain menanggapi angket yang di sebarakan dengan cara langsung.

Populasi serta Sampel

Populasi dalam riset ini merupakan pelanggan pembiayaan program *replanting* kelapa sawit pada tahun 2023 sebesar 58 pelanggan. Ilustrasi yang di ambil dari populasi memakai metode pengumpulan ilustrasi *Non Probability Sampling* ialah sampling jenuh, dimana tiap badan populasi diseleksi jadi ilustrasi. Hingga bisa disimpulkan ilustrasi pada riset ini memakai 58 jumlah pelanggan pembiayaan program *replanting* kelapa sawit di Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain tahun 2023.

Arti Operasional Variabel

Produk, Harga, serta Promosi merupakan variabel bebas ataupun variabel leluasa yang pengaruhi variabel terikat serta dilambangkan dengan (X). Keputusan nasabah merupakan variabel terbatas ataupun variabel terikat yang pengaruhi variabel leluasa serta dilambangkan dengan (Y).

Metode Pengumpulan Data

Informasi digabungkan lewat observasi ataupun pemantauan serta penyebaran angket pada Pelanggan pembiayaan program *replanting* kelapa sawit Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain.

Metode Analisa Data

1. Percobaan Instrumen Penelitian
 - a) Percobaan Keabsahan, dipakai oleh periset buat menciptakan keabsahan angket.
 - b) Percobaan Reliabilitas, buat menilai apakah variabel yang dipakai betul-betul leluasa dari kekeliruan, alhasil hasilnya tidak berubah-ubah walaupun sudah dicoba kesekian kali.
2. Percobaan Anggapan Klasik
 - a) Percobaan Autokorelasi, menilai permasalahan yang timbul sebab residual tidak leluasa ataupun ikatan antara satu insiden dengan insiden yang lain.
 - b) Percobaan Normalitas, menilai apakah Produk (X₁), Harga (X₂), serta Promosi (X₃) mempunyai penyaluran wajar.
 - c) Percobaan Multikolinearitas, memastikan hubungan antara variabel leluasa (bebas) dalam bentuk regresi.
 - d) Percobaan Heteroskedastisitas, memastikan apakah terdapat kesenjangan dalam bentuk regresi.
3. Percobaan Regresi Linear Berganda, buat memastikan pengaruh variabel X (Produk, Harga, Promosi) kepada variabel Y (Keputusan nasabah).
4. Percobaan Koefisien Pemastian, buat memastikan seberapa besar partisipasi sepadan dari tiap-tiap variabel bebas kepada variabel terbatas.
5. Percobaan Hipotesis
 - a) Percobaan T mencoba akibat variabel leluasa faktor-faktor Produk (X₁), Harga (X₂), serta Promosi (X₃) kepada variabel terikat (Keputusan nasabah) dengan cara terpisah ataupun parsial.
 - b) Percobaan F mencoba apakah tiap-tiap dari variabel bebas dalam bentuk pengaruhi variabel terbatas dengan cara bersamaan.

III. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas

Suatu angket diklaim asi bila angka CITC $\geq 0,3$ hingga statment yang diajukan bisa dibilang asi.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X₁)

Variabel	Pernyataan	(CITC) r _{-hitung}	Keterangan
Produk (X ₁)	X1.1	,413	Valid
	X1.2	,496	Valid
	X1.3	,340	Valid
	X1.4	,452	Valid
	X1.5	,302	Valid

Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

Bersumber pada bagan 3 di atas membuktikan hasil percobaan keabsahan kalau dari 5 statment pada variabel Produk (X₁) ada 5 statment yang asi. Bisa diamati dari totalitas statment yang terbuat dengan banyak nya informasi yang asi serta angka (CITC) rhitung $\geq 0,3$. Maksudnya seluruh statment variabel Produk telah asi ataupun pantas dipakai pengarang dalam buat mengukur variabel.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X₂)

Variabel	Pernyataan	(CITC) r _{-hitung}	Keterangan
Harga (X ₂)	X2.1	,316	Valid
	X2.2	,391	Valid
	X2.3	,530	Valid
	X2.4	,543	Valid

Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

Bersumber pada bagan 4 di atas membuktikan hasil percobaan keabsahan kalau dari 4 statment pada variabel Harga (X₂) ada 4 statment yang asi. Bisa diamati dari totalitas statment yang terbuat dengan banyak nya informasi yang asi serta angka (CITC) rhitung $\geq 0,3$. Maksudnya seluruh statment variabel Harga telah asi ataupun pantas dipakai pengarang dalam buat mengukur variabel.

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X₃)

Variabel	Pernyataan	(CITC) r _{-hitung}	Keterangan
Promosi (X ₃)	X _{3.1}	,319	Valid
	X _{3.2}	,568	Valid
	X _{3.3}	,382	Valid
	X _{3.4}	,355	Valid

Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

Bersumber pada bagan 5 di atas membuktikan hasil percobaan keabsahan kalau dari 4 statment pada variabel Promosi (X₃) ada 4 statment yang asi. Bisa diamati dari totalitas statment yang terbuat dengan banyak nya informasi yang asi serta angka (CITC) rhitung $\geq 0,3$. Maksudnya seluruh statment variabel Promosi telah asi ataupun pantas dipakai pengarang dalam buat mengukur variabel.

Tabel 6
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah

Variabel	Pernyataan	(CITC) r _{-hitung}	Keterangan
Keputusan Nasabah (Y)	Y ₁	,468	Valid
	Y ₂	,435	Valid
	Y ₃	,314	Valid
	Y ₄	,476	Valid
	Y ₅	,375	Valid

Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

Bersumber pada bagan 6 di atas membuktikan hasil percobaan keabsahan kalau dari 5 statment pada variabel Keputusan nasabah (Y) ada 5 statment yang asi. Bisa diamati dari totalitas statment yang terbuat dengan banyak nya informasi yang asi serta angka (CITC) rhitung $\geq 0,3$. Maksudnya seluruh statment variabel Keputusan nasabah telah asi ataupun pantas dipakai pengarang dalam buat mengukur variabel.

b) Uji Reliabilitas

Ada pula tingkatan reliabilitas statment variabel Produk (X₁), Harga (X₂), Promosi (X₃), serta Keputusan nasabah (Y) di Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain bersumber pada hasil percobaan reliabilitas instrument memakai perlengkapan tolong PASW statistik 18, bisa di amati outputnya selaku selanjutnya:

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's <i>alpha</i>	Nilai Kritik	Keterangan
Produk (X1)	0,651	$\geq 0,6$	Reliabel
Harga (X2)	0,657	$\geq 0,6$	Reliabel
Promosi (X3)	0,629	$\geq 0,6$	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,656	$\geq 0,6$	Reliabel

Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

Bersumber pada bagan 7 di atas bisa diklaim kalau seluruh variabel X1, X2, X3, serta Y mempunyai angka *cronbach's alpha* $\geq 0,6$ yang mana angka *cronbach's alpha* variabel Produk (X1) 0,651, Harga (X2) 0,657, Promosi (X3) 0,629, Keputusan nasabah (Y) 0,656. Hingga dari itu bisa disimpulkan kalau seluruh variabel dalam riset ini reliabel alhasil bisa diharapkan, dengan begitu pantas dipakai dalam riset ini.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a) Uji Autorelasi

Tabel 8
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	,614 ^a	,377	,343	1,743	1,309
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

Bersumber pada bagan 8 di atas, dikenal angka Durbin-Watson (DW) merupakan sebesar 1,309. Bagi pengelompokan angka DW kalau angka 1,11–1,54 yang maksudnya tidak terdapat autokorelasi.

b) Uji Normalitas

Tabel 9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		58
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1,69684193
Most Extreme	Absolute	,087
Differences	Positive	,051
	Negative	-,087
Kolmogorov-Smirnov Z		,660
Asymp. Sig. (2-tailed)		,777
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

Bersumber pada percobaan normalitas pada bagan 9 di atas membuktikan kalau angka signifikansi dari pengtesan sig ialah $0,777 \geq 0,5$, hingga bisa disimpulkan kalau angka residual berdistribusi wajar.

c) Uji Multikolinearitas

Tabel 10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,922	1,085
	X2	,632	1,581
	X3	,641	1,560
a. Dependent Variable: keputusan nasabah			

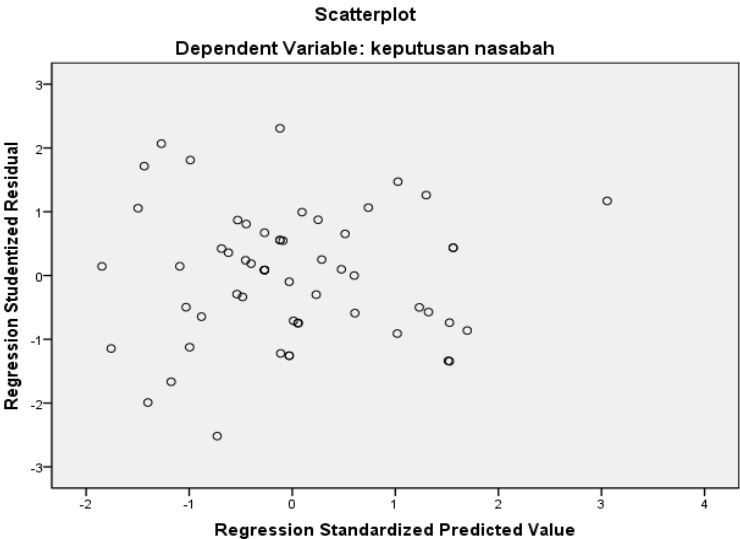
Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

Bersumber pada bagan 10 di atas, hasil percobaan multikolinearitas yang sudah di olah bisa dikenal angka dari VIF Produk (X1) $1,085 \leq 10$ serta angka TOL $0,922 \geq 0,1$ hingga tidak terjalin permasalahan multikolinearitas. Angka VIF Harga (X2) $1,581 \leq 10$ serta angka TOL $0,632 \geq 0,1$ hingga tidak terjalin permasalahan multikolinearitas. Angka VIF Promosi (X3) $1,560 \leq 10$ serta angka TOL $0,641 \geq 0,1$ hingga tidak terjalin permasalahan

multikolinearitas. Bisa dijelaskan kalau tiap-tiap variabel itu tidak terjalin pertanda multikolinearitas serta bisa disimpulkan dalam riset ini penuh ketentuan percobaan multikolinearitas.

d) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1
Pola scatterplot



Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

Bersumber pada lukisan hasil percobaan heteroskedastisitas dengan memakai pola *Scatterplot* bisa di raih kesimpulan kalau pada lukisan tidak terdapat pola yang nyata, dan titik- titik menabur di atas serta di dasar o pada sumbu Y. Oleh karena itu tidak terjalin nya heteroskedastisitas.

3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,187	2,665		2,697	,009
Produk	,118	,124	,106	,946	,348

Harga	,606	,150	,547	4,05 4	,000
Promosi	,055	,152	,048	,360	,721
a. Dependent Variable: keputusan nasabah					

Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

Selanjutnya merupakan pertemuan regresi linear berganda bersumber pada bagan di atas:

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

$$Y = 7,187 + 0,118X_1 + 0,606X_2 + 0,055X_3$$

Berdasarkan hasil di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Angka konstanta sebesar 7,187 ialah konstanta ataupun kondisi dimana variabel Produk (X_1), Harga (X_2), serta Promosi (X_3) diasumsikan dalam kondisi senantiasa (konsisten), hingga variabel Keputusan nasabah merupakan 7,187.
- b) Angka b_1x_1 koefisien regresi produk buat variabel (X_1) ialah 0,118 berharga positif kepada keputusan nasabah, membuktikan bila tiap eskalasi satu dasar variabel Produk, hingga hendak pengaruhi keputusan nasabah sebesar 0,118 ataupun dalam persen 11,8%. Perihal ini berarti Produk mempengaruhi positif kepada keputusan nasabah melaksanakan pembiayaan.
- c) Angka b_2x_2 koefisien regresi harga buat variabel (X_2) ialah 0,606 berharga positif kepada keputusan nasabah, membuktikan bila tiap eskalasi satu dasar variabel Harga, hingga hendak pengaruhi keputusan nasabah sebesar 0,606 ataupun dalam persen 60,6%. Perihal ini berarti Harga mempengaruhi positif kepada keputusan nasabah melaksanakan pembiayaan.
- d) Angka b_3x_3 koefisien regresi promosi buat variabel (X_3) ialah 0,055 berharga positif kepada keputusan nasabah, membuktikan bila tiap eskalasi satu dasar variabel Promosi, hingga hendak pengaruhi keputusan nasabah sebesar 0,055 ataupun dalam persen 5,5%. Perihal ini berarti Promosi mempengaruhi positif kepada keputusan nasabah melaksanakan pembiayaan.

Bersumber pada hasil percobaan regresi bisa disimpulkan dari ketiga variabel bebas yang mempunyai akibat berkuasa merupakan harga, harga memiliki pengaruh besar kepada keputusan nasabah melaksanakan pembiayaan.

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,614 ^a	,377	,343	1,743	1,309
a. Predictors: (Constant), promosi, produk, harga					
b. Dependent Variable: keputusan nasabah					

Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

Bersumber pada bagan 12 di atas kalau angka koefisien pemastian (R²) sebesar 0,377 ataupun sebesar 37,7% yang berarti dengan cara simultan terdapatnya partisipasi dari variabel leluasa kepada variabel terikat sebesar 0,377 ataupun sebesar 37, 7% serta lebihnya sebesar 62,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di cermat dalam riset ini ialah cocok dengan filosofi Kotler serta Tjiptono yang sudah di bahas pada bab sebelumnya ialah variabel Lokasi, Pelayanan, Prosedur serta Fasilitas.

5. Hasil Uji Hipotesis

a) Uji T

Tabel 13
Hasil Uji T

Coefficients^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	2,697	,009
Produk	,946	,348
Harga	4,054	,000
Promosi	,360	,721

Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

- 1) Bersumber pada bagan di atas dipaparkan kalau hasil percobaan t dari produk mempunyai t jumlah sebesar 0,946 sebaliknya T bagan sebesar 2,00488 dengan penting 0,348. Perihal ini berarti $0,946 \leq 2,00488$. Alhasil bisa diklaim kalau variabel X₁ tidak mempengaruhi kepada Y. Serta metode lain buat mengenali hasil percobaan t ialah dengan menyamakan nilai penting dengan alfa, dimana angka penting $\geq$ (alfa) ialah $0,348 \geq 0,05$ yang maksudnya membuktikan pada patokan kalau tidak ada akibat positif serta tidak penting pada variabel produk (X₁).

- 2) Bersumber pada bagan di atas dipaparkan kalau hasil percobaan t dari harga mempunyai t jumlah sebesar 4,054 sebaliknya T bagan sebesar 2,00488 dengan penting 0,000. Perihal ini berarti $4,054 \geq 2,00488$. Alhasil bisa diklaim kalau variabel X₂ mempengaruhi kepada Y. Serta metode lain buat mengenali hasil percobaan t ialah dengan menyamakan nilai penting dengan alfa, dimana angka penting $\leq$ (alfa) ialah $0,000 \leq 0,05$ yang maksudnya membuktikan pada patokan kalau ada akibat positif serta penting pada variabel Harga (X₂).
- 3) Bersumber pada bagan di atas dipaparkan kalau hasil percobaan t dari promosi mempunyai t jumlah sebesar 0,360 sebaliknya T bagan sebesar 2,00488 dengan penting 0,360. Perihal ini berarti $0,360 \leq 2,00488$. Alhasil bisa diklaim kalau variabel X₃ tidak mempengaruhi kepada Y. Serta metode lain buat mengenali hasil percobaan t ialah dengan menyamakan nilai penting dengan alfa, dimana angka penting $\geq$ (alfa) ialah $0,721 \geq 0,05$ yang maksudnya membuktikan pada patokan kalau tidak ada akibat positif serta tidak penting pada variabel promosi(X₁).

b) Uji F

Tabel 14
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	99,399	3	33,133	10,902	,000 ^a
Residual	164,119	54	3,039		
Total	263,517	57			
a. Predictors: (Constant), promosi, produk, harga					
b. Dependent Variable: keputusan nasabah					

Sumber : Olahan data PASW S.18 (Data Primer 2024)

Bersumber pada bagan di atas nilai Fhitung dari hasil kalkulasi merupakan sebesar 10,902. sebaliknya Ftabel di jumlah dengan determinasi ialah derajat signifikansi $df = n - k - 1$ ialah $df = 58 - 3 - 1 = 54$, hingga dengan determinasi itu didapat ftabel= 2.78, dengan begitu didapat Fhitung $10,902 \geq Ftabel\ 2.78$, serta Tingkatan penting $\leq 0,05$ ialah $0,000 \leq 0,05$, alhasil bisa disimpulkan kalau

produk, harga serta promosi mempengaruhi dengan cara penting kepada keputusan nasabah.

Pembahasan

1) Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah

Hasil percobaan t dari produk mempunyai t jumlah sebesar 0,946 sebaliknya T bagan sebesar 2,00488 dengan penting 0,348. Perihal ini berarti $0,946 \leq 2,00488$. Alhasil bisa diklaim kalau variabel X_1 tidak mempengaruhi kepada Y . Serta metode lain buat mengenali hasil percobaan t ialah dengan menyamakan nilai penting dengan alfa, dimana angka penting $\geq$ (alfa) ialah $0,348 \geq 0,05$ yang maksudnya membuktikan pada patokan kalau tidak ada akibat positif serta tidak penting pada variabel produk (X_1). Sebaliknya hasil percobaan regresi linear berganda bila produk bertambah sebesar satu dasar, hingga hendak pengaruhi keputusan nasabah melaksanakan pembiayaan program *replanting* kelapa sawit di Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain sebesar 0,118 dasar dalam persen 11,8%.

2) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Nasabah

Hasil percobaan t dari harga mempunyai t jumlah sebesar 4,054 sebaliknya T bagan sebesar 2,00488 dengan penting 0,000. Perihal ini berarti $4,054 \geq 2,00488$. Alhasil bisa diklaim kalau variabel X_2 mempengaruhi kepada Y . Serta metode lain buat mengenali hasil percobaan t ialah dengan menyamakan nilai penting dengan alfa, dimana angka penting $\leq$ (alfa) ialah $0,000 \leq 0,05$ yang maksudnya membuktikan pada patokan kalau ada akibat positif serta penting pada variabel Harga (X_2). Sebaliknya hasil percobaan regresi linear berganda bila harga bertambah sebesar satu dasar, hingga hendak pengaruhi keputusan nasabah melaksanakan pembiayaan program *replanting* kelapa sawit di Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain sebesar 0,606 dasar dalam persen 60,6%.

3) Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah

Hasil percobaan t dari promosi mempunyai t jumlah sebesar 0,360 sebaliknya T bagan sebesar 2,00488 dengan penting 0,360. Perihal ini berarti $0,360 \leq 2,00488$. Alhasil bisa diklaim kalau variabel X_3 tidak mempengaruhi kepada Y . Serta metode lain buat mengenali hasil percobaan t ialah dengan menyamakan nilai penting dengan alfa, dimana angka penting $\geq$ (alfa) ialah $0,721 \geq 0,05$ yang maksudnya membuktikan pada patokan kalau tidak ada akibat positif serta tidak penting pada variabel promosi (X_1). Sebaliknya hasil percobaan regresi linear berganda bila promosi bertambah sebesar satu dasar, hingga

hendak pengaruhi keputusan nasabah melaksanakan pembiayaan program *replanting* kelapa sawit di Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain sebesar 0,055 dasar dalam persen 5,5%.

- 4) Pengaruh Produk, Harga, serta Promosi Terhadap Keputusan Nasabah
- Bersumber pada hasil percobaan F pada bagan 14 berkata kalau nilai Fhitung dari hasil kalkulasi merupakan sebesar 10,902. sebaliknya Ftabel di jumlah dengan determinasi ialah derajat signifikansi $df = n - k - 1$ ialah $df = 58 - 3 - 1 = 54$, hingga dengan determinasi itu didapat ftabel = 2.78, dengan begitu didapat Fhitung $10,902 \geq Ftabel\ 2.78$, serta Tingkatan penting $\leq 0,05$ ialah $0,000 \leq 0,05$, alhasil bisa disimpulkan kalau produk, harga, serta promosi mempengaruhi dengan cara penting kepada keputusan nasabah.

IV. Penutup

Kesimpulan

Bersumber pada hasil serta ulasan dalam riset ini, hingga bisa disimpulkan ialah:

- 1) Variabel Produk (X_1) tidak mempengaruhi positif kepada Keputusan nasabah sebab $thitung \leq ttabel$ yang mana $thitung$ sebesar $0,946 \leq ttabel\ 2,00488$ alhasil variabel Produk dengan cara parsial tidak mempengaruhi positif kepada Keputusan nasabah.
- 2) Variabel Harga (X_2) mempengaruhi positif kepada Keputusan nasabah sebab $thitung \geq ttabel$ yang mana $thitung$ sebesar $4,054 \geq ttabel\ 2,00488$ alhasil variabel Harga dengan cara parsial mempengaruhi positif kepada Keputusan nasabah.
- 3) Variabel Promosi (X_3) tidak mempengaruhi positif kepada Keputusan nasabah sebab $thitung \leq ttabel$ yang mana $thitung$ sebesar $0,360 \leq ttabel\ 2,00488$ alhasil variabel Promosi dengan cara parsial tidak mempengaruhi positif kepada Keputusan nasabah.
- 4) Variabel Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3) mempengaruhi positif kepada Keputusan nasabah (Y) sebab di dapat Fhitung 10,902 serta Ftabel 2.78, sebab Fhitung $10,902 \geq Ftabel\ 2.78$ serta tingkatan penting nya $\leq 0,05$ ialah $0,000 \leq 0,05$ hingga H_0 di dorong. Alhasil bisa disimpulkan kalau Produk, Harga, serta Promosi dengan cara simultan mempengaruhi positif serta penting kepada Keputusan Nasabah.

Saran

Periset membagikan anjuran buat memikirkan selaku penyempurnaan di riset yang berikutnya yang nyaris seragam, anjuran yang di informasikan periset di antara lain:

- 1) Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain butuh tingkatkan produknya supaya lebih menarik untuk pelanggan, perihal ini bisa dicoba dengan metode meningkatkan fitur produk dan meluaskan capaian produk program *replanting* kelapa sawit.
- 2) Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain lebih mencermati harga yang ditawarkan apakah harga itu telah *balance* dengan manfaat yang di miliki oleh pelanggan.
- 3) Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain butuh tingkatkan promosi supaya lebih diketahui oleh pelanggan, perihal ini bisa dicoba dengan metode memakai bermacam alat semacam promosi melalui alat sosial atau melaksanakan event demonstrasi.
- 4) Pelanggan butuh pula menyamakan produk, harga, serta promosi yang sudah diresmikan Bank Riau Kepri Syariah KCP Lipatkain saat sebelum mengambil keputusan, perihal ini bisa dicoba dengan metode mencari data lewat alat internet ataupun menanya pada pelanggan lain dan dapat pula langsung mendatangi kantor agen bank.
- 5) Di sarankan untuk pihak kampus buat bisa membuat kedekatan yang lebih bagus dengan pihak bank tempat periset melaksanakan riset, supaya terciptanya ikatan bagus alhasil esoknya bisa mempermudah riset yang terkini dari Universitas Islam Negeri Bukittinggi dalam penerapan riset di tempat itu.
- 6) Buat periset di era berikutnya hendak supaya bisa meningkatkan lagi bentuk riset ini serta menaikkan variabel lain yang tidak diawasi dalam riset ini dan mengutip ilustrasi dengan jumlah populasi yang lebih beraneka ragam supaya hasil riset lebih objektif.

Daftar Pustaka

- Buchari Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- I'اناتut Thoifah. (2015). *Statistika Pendidikan Dan Metode Penelitian Kuantitatif* Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Nadia Rizqiyatul Faizah, dkk. (2013). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O Mamamia Steak and Ice Cream Cabang Jati Semarang, Diponegoro* Jurnal of Social And Politic.
- Nur Yanto Al-Arif. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset