

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan didirikan pada tanggal 6 November 1957 dengan nama PT. Bank Pembangunan Sumatera Selatan yang beralamat di Jl. Kapten A. Rivai No. 21 Palembang, didirikan berdasarkan<sup>41</sup> :

1. Keputusan Panglima Ketua Penguasa Perang Daerah Sriwijaya Tingkat I Sumatra Selatan NO. 132/SPP/58 tanggal 10 April 1958 dengan berlaku mulai tanggal 10 April 1958.
2. Akte Notaris Tan Ahong Khe No. 54 tanggal 29 September 1958 dengan izin Menteri Kehakiman No. J.A. 5/44/16 tanggal 11 Mei 1959.
3. Izin usaha bank dari Menteri Keuangan No. 47692/UM II tanggal 18 April 1959.

Selanjutnya dengan diberlakukanya Undang-Undang No. 13 tahun 1962 tentang BPD, maka terhitung sejak tahun 1962, secara resmi seluruh kegiatan PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan menjadi milik Pemerintah Daerah Sumatera Selatan dengan status Badan Hukum Perusahaan Daerah berdasarkan peraturan Daerah No. 11/DPRD GR Tingkat I Sumatera Selatan, dengan izin usaha yang dikeluarkan oleh Menteri Urusan Bank Central/Gubernur Bank Indonesia No. 2/kep/MUBS/G/63 tanggal 27 Ferbruari 1963.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup>Web, [www.sumselbabel.com](http://www.sumselbabel.com), di akses pada tanggal 12 maret 2020. Pada jam 20:28 WIB

<sup>42</sup>*Ibid.*,

Setelah mengalami beberapa kali perubahan, terakhir sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan dan sesuai perda No. 6 tahun 2000, Bank sumsel mengubah bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perusahaan Persero Terbatas dengan Akte Pendirian No. 20 tanggal 25 November 2000 dan persetujuan Deputy Gubernur Bank Indonesia No. 3/2/kep.DpG/2001 tanggal 29 September 2001. Perubahan badan hukum tersebut terhitung tanggal 1 Oktober 2001, dengan berbagai perubahan yang mendasar dan menyeluruh tersebut agar Bank Sumsel lebih profesional dan mampu bersaing pada era otonomi daerah. Seiring dengan perkembangan perbankan yang berlandaskan prinsip syariah, Bank Sumsel membuka Unit Usaha baru yaitu Bank Sumsel Syariah yang mulai beroperasi pada tanggal 2 Januari 2006 atas izin Bank Indonesia mengenai izin operasional No. 7/158/DP/P/Prz/Pg tanggal 7 Desember 2005.<sup>43</sup>

### **1. Visi dan Misi Bank Sumsel Babel Syariah Palembang**

Visi Bank Sumsel Babel adalah menjadi bank sehat yang tumbuh secara berkesinambungan dengan mengutamakan kepuasan nasabah. Dengan visi ini, diharapkan PT. Bank Sumsel Babel akan dapat terus meningkatkan kualitas dan kepuasan nasabah khususnya di bidang pelayanan. Hal ini dapat dilihat dari upaya-upaya yang telah dilakukan, antara lain melakukan perluasan jaringan kantor dan pelayanan ATM, peluncuran produk dan jasa pelayanan baru, peningkatan pembiayaan dan pendanaan, pengawasan dan pengelolaan risiko, serta meningkatkan kepatuhan sehingga kegiatan operasi dan usaha berjalan di

---

<sup>43</sup>*Ibid.*,

atas prinsip kehati-hatian dan kehalalan sesuai dengan fatwa Dewan Nasional Syariah.<sup>44</sup>

Adapun Misi dari PT. Bank SumselBabel adalah<sup>45</sup> :

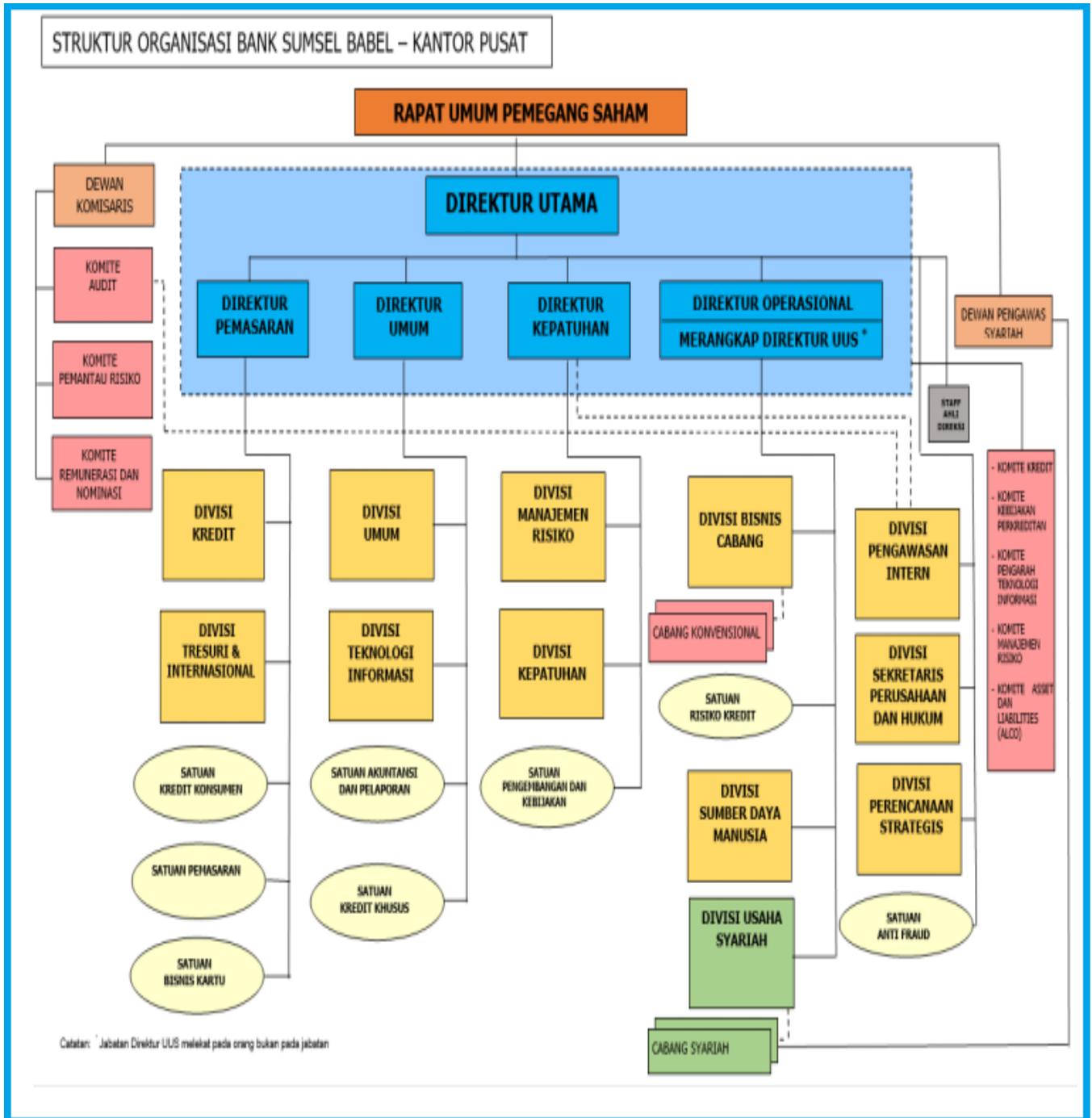
- a. Mitra mengembangkan dan membangun pertumbuhan perekonomian daerah.
- b. Menjadi salah satu sumber pendapatan asli daerah.
- c. Sebagai pemegang kas daerah.
- d. Sebagai agen pembangunan.
- e. Membantu dan mengembangkan pengusaha golongan ekonomi lemah.
- f. Meningkatkan pengembangan sumber daya manusia yang lebih tanggap tuntutan pembangunan daerah dan tuntutan pasar.
- g. Mengoptimalkan keunggulan bisnis retail bankink.

---

<sup>44</sup>*Ibid.*,

<sup>45</sup>*Ibid.*,

## 2. Struktur Organisasi Bank Sumsel Babel Syariah Palembang<sup>46</sup>



Gambar 4. 1

### Struktur Organisasi Bank Sumsel Babel Syariah Palembang

<sup>46</sup>Ibid.,

## B. Karakteristik Responden

Pada bab ini karakteristik responden yang digunakan untuk mengukur gambaran tentang responden yang diteliti kemudian dilakukan perhitungan menggunakan statistik deskriptif. Adapun karakteristik responden di klasifikasikan sebagai berikut :

### 1. Usia

Dalam klasifikasi ini, usia dikelompokkan menjadi empat kelompok, seperti yang tercantum pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 1**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>
17 – 25 Tahun	25 Responden
26 – 35 Tahun	19 Responden
36 – 45 Tahun	33 Responden
>45 Tahun	19 Responden
Jumlah	96 Responden

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa 25 dari 96 responden berusia 17 hingga 25 tahun, terdapat 19 responden berusia 26 hingga 35 tahun, lalu terdapat 33 responden yang berusia 36 hingga 45 tahun, dan kemudian terdapat 19 responden yang berusia di atas 45 tahun. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Bank Sumsel Babel Syariah Palembang memiliki calon

nasabah yang lebih besar peluangnya pada segmentasi berdasarkan usia 36 hingga 45 tahun dibandingkan usia lainnya.

## 2. Jenis Kelamin

Dalam klasifikasi ini, jenis kelamin dikelompokkan menjadi dua kelompok, seperti yang tercantum pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 2**

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah
Pria	38 Responden
Wanita	58 Responden
Jumlah	96 Responden

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa 58 dari 96 calon Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang adalah berjenis kelamin wanita. Kemudian 38 dari 96 calon nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang adalah berjenis kelamin pria.

## 3. Pekerjaan

Dalam klasifikasi ini, pekerjaan dikelompokkan menjadi enam kelompok, seperti yang tercantum pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>
Pelajar/Mahasiswa	26 Responden
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	31 Responden
Pegawai BUMN	10 Responden
Pegawai Swasta	8 Responden
Wiraswasta	15 Responden
Lainnya	6 Responden
Jumlah	96 Responden

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut dapat disimpulkan bahwa 26 dari 96 responden yang merupakan calon nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang adalah Mahasiswa, 31 dari 96 responden yang merupakan calon nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS). lalu 10 dari 96 responden yang merupakan calon nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang adalah Pegawai BUMN. Kemudian 8 dari 96 responden yang merupakan calon nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang adalah Pegawai Swasta. Setelah itu, 15 dari 96 responden yang merupakan calon nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang adalah Wiraswasta. Dan 6 dari 96 responden yang merupakan calon nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang adalah pekerja lainnya.

### C. Analisis kuantitatif

#### 1. Hasil Uji Validitas

Dalam uji validitas ini, kriteria suatu nilai dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , adapun rumus untuk mengetahui  $r_{hitung}$  yaitu  $r_{tabel}(\alpha, n-2)$  dari tabel *product moment*. Pada uji validitas ini diketahui bahwa  $n$  adalah 96 dan  $\alpha = 5\%$ , maka  $r_{tabel}(5\%, 96-2) = 0,2006$ . Setiap item pernyataan dikatakan valid jika lebih besar dari 0,2006. Hasil uji ini menggunakan SPSS 20, Adapun hasil dari uji validitas sebagai berikut :

**Tabel 4. 4**

**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Faktor	r-hitung	r-tabel	Validitas
Iklan (X1)	X1.1	0,624	0,2006	Valid
	X1.2	0,547	0,2006	Valid
	X1.3	0,661	0,2006	Valid
	X1.4	0,644	0,2006	Valid
	X1.5	0,580	0,2006	Valid
	X1.6	0,613	0,2006	Valid
	X1.7	0,600	0,2006	Valid
	X1.8	0,574	0,2006	Valid
	X1.9	0,386	0,2006	Valid
	X1.10	0,419	0,2006	Valid
Citra Merek (X2)	X2.1	0,661	0,2006	Valid
	X2.2	0,727	0,2006	Valid
	X2.3	0,610	0,2006	Valid
	X2.4	0,617	0,2006	Valid
Minat Menabung (X1)	Y.1	0,702	0,2006	Valid
	Y.2	0,804	0,2006	Valid
	Y.3	0,711	0,2006	Valid
	Y.4	0,652	0,2006	Valid

Sumber : Hasil Pengelolaan Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.4 tersebut, seluruh item pernyataan iklan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid, karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,2006. Oleh karena itu, analisis validitas dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dinyatakan valid karena semua nilai dari item lebih dari 0,2006. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dapat diikutsertakan kembali dalam analisis selanjutnya.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Dalam uji reliabilitas suatu instrumen penelitian dapat diterima bila dalam kisaran *Cronbach's Alpha* > 0.60 s/d 0,80 dianggap baik atau reliabel serta dalam kisaran > 0,80 s/d 1,00 dianggap sangat baik atau sangat reliabel. Hasil uji ini menggunakan SPSS 20, adapun tabel uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 5**

### **Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Hasil Reliabilitas
Iklan (X1)	0,762	0,60	Reliabel
Citra Merek (X2)	0,612	0,60	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0,686	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Dari tabel diatas terlihat bahwa hasil *cronbach's alpha* dari masing – masing variabel secara berturut – turut adalah variabel Iklan sebesar 0,762 lalu variabel Citra Merek sebesar 0,612 dan kemudian yang terakhir adalah variabel

Minat Menabung sebesar 0,686. hasil tersebut diatas 0,60 maka dianggap baik atau reliabel.

#### D. Analisis Uji Asumsi Klasik

##### 1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas ini menggunakan *Kolmogrov-Smirnov Goodness of Fit Test* untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal apabila angka signifikansi uji *Kolmogrov-Smirnov Sig.* >0,05 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji ini menggunakan SPSS 20, Adapun hasil uji normalitas pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4. 6**

#### Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,88733981
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,060
	Negative	-,058
Kolmogorov-Smirnov Z		,588
Asymp. Sig. (2-tailed)		,880

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Dapat di lihat pada tabel 4.6 bahwa semua data pada variabel pada penelitian ini dikatakan berdistribusi normal, karena seluruh angka lebih besar daripada 0,05. Maka semua data variabel berdistribusi normal.

## 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji glejser, uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menunjukkan bahwa varian variabel tidak sama untuk semua pengamatan atau obserbasi. Suatu variabel dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila angka signifikansi  $>$  daripada 0,05. Maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut homokedastisitas. Hasil uji ini menggunakan SPSS 20, Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut :

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Melalui Uji Glejser**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,196	1,225		-,160	,873
1 Iklan_X1	,050	,032	,176	1,539	,127
Citra Merek_X2	-,019	,070	-,031	-,266	,791

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Berdasarkan hasil tabel 4.7 di atas bahwa varians dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain tetap dan homokedastisitas, dengan kata lain bahwa variabel tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat dari tabel

4.7 bahwa nilai signifikansi semua variabel bebas atau lebih besar daripada 0,05.

### 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mendeteksi terhadap ada tidaknya multikolonieritas yaitu dengan menganalisis materik korelasi variabel – variabel bebas, dapat juga dengan melihat pada nilai *tolerance* serta nilai *variance inflation factor* (VIF). Hasil uji ini menggunakan SPSS 20 pada penelitian ini sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4. 8**

#### **Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Iklan	,796	1,256
Citra Merek	,796	1,256

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai presiktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil dimana semuanya berada dibawah 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel – variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel tersebut dapat digunakan sebagai variabel yang independen.

### 4. Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas biasanya digunakan untuk mengetahui linieritas data, apakah kedua variabel yang di analisis mempunyai hubungan linier atau tidak. Hasil

pengujian ini menggunakan SPSS 20 dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikan 0,05. Kedua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila  $(sig) < 0,05$ . Dan apabila  $(sig) > 0,05$  maka dapat dikatakan kedua variabel tidak linier.

**Tabel 4. 9**

**Hasil Uji Linearitas Iklan dan Minat Menabung**

		Sig
Minat Menabung*Iklan	<i>(Combined)</i>	,003
	Linearity	,000
	Deviation from linearity	,642

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikan *linearity* sebesar 0,000 yang dimana berarti  $< 0,05$ . Maka dari itu dapat dikatakan bahwa diantara variabel iklan dan minat menabung mempunyai hubungan yang linier.

**Tabel 4. 10**

**Hasil Uji Linearitas Citra Merek dan Minat Menabung**

		Sig
Minat Menabung* Citra Merek	<i>(Combined)</i>	,000
	Linearity	,000
	Deviation from linearity	,199

Sumber: Hasil Pengolahan data primer, 2020

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikan *linearity* sebesar 0,000 yang dimana berarti  $< 0,05$ . Maka dari itu dapat dikatakan bahwa diantara variabel citra merek dan minat menabung mempunyai hubungan yang linier.

### E. Uji Analisis Linier Berganda

Uji Analisis Linier Berganda ini dilakukan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen atau variabel bebas yang terdiri dari iklan dan citra merek terhadap variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel minat menabung. Hasil uji analisis linier berganda ini menggunakan SPSS 20. Hasil uji dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. 11**

#### **Hasil Uji Analisis Linier Berganda**

##### **Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,888	1,949		1,482	,142
	Iklan	,191	,052	,358	3,705	,000
	citra merek	,333	,111	,290	3,002	,003

a. Dependent Variable: minat menabung

Dimana dari hasil pengujian diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,888 + 0,191X1 + 0,333X2$$

Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh dari perhitungan diatas maka dapat dijelaskan pengaruh antara variabel iklan (X1) dan citra merek (X2) terhadap variabel minat menabung (Y). Untuk lebih jelasnya adalah yaitu sebagai berikut :

a. Nilai Konstanta : 2,888

Nilai konstanta 2,888 menunjukkan bahwa apabila variabel X1 dan X2 dalam kondisi tetap atau konstan, maka minat menabung (Y) sebesar 2,888 satuan, yang berarti tanpa adanya variabel bebas yaitu iklan (X1) dan citra merek (X2) maka minat menabung (Y) akan tetap sebesar 2,888.

b. Nilai  $b_1 = 0,191$

nilai  $b_1$  menunjukkan nilai 0,191 dan memiliki tanda koefisien regresi yang positif, hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel iklan (X1) dengan variabel minat menabung (Y) yang artinya bahwa apabila terjadi peningkatan atau kenaikan pada variabel iklan (X1) dengan asumsi bahwa variabel citra merek (X2) dalam kondisi tetap atau konstan. Maka minat menabung (Y) akan mengalami peningkatan dan sebaliknya.

c. Nilai  $b_2 = 0,333$

nilai  $b_2$  menunjukkan nilai 0,333 dan memiliki tanda koefisien regresi yang positif, hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel citra merek (X2) dengan variabel minat menabung (Y) yang artinya bahwa apabila terjadi peningkatan atau kenaikan pada variabel citra merek (X2) dengan asumsi bahwa variabel iklan (X1) dalam kondisi tetap atau konstan, maka minat menabung (Y) akan mengalami peningkatan dan sebaliknya.

## F. Uji Hipotesis

### 1. Uji T

Uji T ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial Variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ . Dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat, yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Nilai  $t_{tabel} = (t_{\alpha/2 ; n-k-1})$  maka dari itu diperoleh nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,985. Hasil uji t ini menggunakan SPSS 20 pada penelitian ini sehingga dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 12**

**Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,888	1,949		1,482	,142
1 Iklan	,191	,052	,358	3,705	,000
citra merek	,333	,111	,290	3,002	,003

a. Dependent Variable: minat menabung  
Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

a. Pengaruh variabel Iklan (X1) terhadap minat menabung (Y)

dari data tabel diatas diketahui nilai Sig. Pengaruh untuk X1 terhadap Y yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $3,705 > 1,985$ , sehingga dapat dikatakan bahwa  $H_1$  diterima yang dalam artian yaitu terdapat pengaruh positif

dan signifikan antara variabel iklan (X1) terhadap variabel minat menabung (Y).

b. Pengaruh variabel citra merek (X2) terhadap citra merek (Y)

dari data tabel diatas diketahui nilai sig. Pengaruh untuk X2 terhadap Y yaitu sebesar  $0,003 < 0,05$  dan nilai thitung  $3,002 > 1,985$ , sehingga dapat dikatakan bahwa H2 diterima yang dalam artian yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra merek (X2) terhadap variabel minat menabung (Y).

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat pada tingkat signifikansi 5%. Dalam uji F ini, nilai  $F_{hitung}$  akan dibandingkan dengan  $f_{tabel}$ , dimana suatu model dinilai layak apabila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$ . Berikut kriteria yang digunakan adalah :

Apabila probabilitas  $> 0,05$  dan jika  $F_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

Apabila probabilitas  $< 0,05$  dan jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$   $H_0$  ditolak.

Nilai  $F_{tabel}$  diperoleh dari nilai  $df_1$  yaitu  $k =$  jumlah variabel independen, dan  $df_2$  yaitu  $n - k$  yang dimana  $n$  adalah jumlah sampel. Nilai  $df_1$  adalah 2 dan  $df_2$  adalah 93, maka dari itu dapat diketahui bahwasanya nilai  $F_{tabel}$  adalah sebesar 3,09. Hasil penelitian uji F berikut ini menggunakan SPSS 20.

Berdasarkan uji F sesuai dengan hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	149,845	2	74,922	20,591	,000 <sup>b</sup>
	Residual	338,395	93	3,639		
	Total	488,240	95			

- a. Dependent Variable: minat menabung  
b. Predictors: (Constant), citra merek, iklan  
Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 20,591 dengan taraf signifikan sebesar 0,000. Selanjutnya untuk jumlah sampel sebanyak 96 dan 2 variabel bebas yang diteliti, maka dapat diketahui bahwa besarnya  $F_{tabel}$  adalah sebesar 20,591.  $H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $20,591 > 3,09$  dan memiliki taraf signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa iklan dan citra merek berpengaruh simultan terhadap minat menabung.

### 3. Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel iklan dan citra merek secara bersama – sama berpengaruh terhadap minat menabung dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ). Semakin besar koefisien determinasi, maka menunjukkan bahwa semakin baik pula pengaruh variabel independen terhadap

variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi ini diuji menggunakan SPSS 20 yang dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 14**  
**Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,554 <sup>a</sup>	,307	,292	1,908

a. Predictors: (Constant), citra merek, iklan

Sumber : hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Dilihat dari tabel 4.10 diatas koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) yang diperoleh sebesar 0,292. Hal ini berarti 29,2% telah menyatakan bahwa variabel dependen (Iklan dan Citra Merek) telah menjelaskan minat menabung. Sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **G. Pembahasan**

Hasil analisis regresi menunjukkan hasil yang berbeda – beda pada tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil ini terlihat dari besarnya koefisien regresi dari yang tersebar pengaruhnya sampai yang paling kecil berturut – turut adalah Iklan dan Citra Merek yaitu  $0,000 < 0,05$  dan  $0,003 < 0,05$ .

Yang dimana variabel iklan memiliki pengaruh terhadap minat menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang ini dibuktikan dari hasil pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS 20 dapat diketahui bahwa nilai

$t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal ini terlihat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,705 >  $t_{tabel}$  sebesar 0,2006 dengan taraf signifikansi dibawah 5% artinya  $H_a$  diterima  $H_0$  di tolak.

Kemudian sama halnya dengan variabel iklan, variabel citra merek juga memiliki pengaruh terhadap minat menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS 20 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,002 >  $t_{tabel}$  sebesar 0,2006 dengan taraf signifikansi dibawah 5% artinya  $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak.

Lalu, berdasarkan hasil uji simultan variabel iklan dan citra merek secara bersama - sama berpengaruh positif terhadap minat menabung dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 20,591 >  $F_{tabel}$  3,09 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka  $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Randi Saputra (2018)<sup>47</sup> dan Abu Said (2016)<sup>48</sup> dengan hasil penelitian bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang dan citra merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang.

Kemudian variabel iklan dan citra merek secara bersama – sama juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Sumsel

---

<sup>47</sup>Randi saputra, jurnal *pengaruh iklan dan citra merek terhadap minat beli konsumen produk merek honda*, hal. 5

<sup>48</sup>Abu Said. Jurnal “*Pengaruh brand image, word of mouth, dan iklan Terhadap minat menabung di BMT se-kabupaten demak, kodus jawa tengah*”, P-ISSN : 2355 – 0228. Vol. 4. No. 2 (2016)

Babel Syariah Palembang.