

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Kondisi Objektif Perusahaan**

##### **1. Sejarah PT Permodalan Nasional Madani**

Perusahaan didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 38 tahun 1999 tanggal 25 Mei 1999 tentang Penyertaan Modal Negara Republik Indonesia untuk Pendirian Perusahaan (Persero) Dalam Rangka Pengembangan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, yang pendiriannya dituangkan dalam Akta Pendirian No.1 tanggal 1 Juni 1999 Akta No. 1 tersebut telah diubah beberapa kali, dengan perubahan terakhir yang dimuat dalam Akta Pernyataan Keputusan Pemegang Saham No. 59 tanggal 28 Oktober 2021 yang pemberitahuan perubahannya telah diterima dan dicatat dalam database Sistem Administrasi Badan Hukum Kemenkumham berdasarkan Surat No. AHU0061225.AH.01.02.TAHUN 2021 tentang Persetujuan Perubahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas PT Permodalan Nasional Madani tanggal 2 November 2021. PNM Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera (PNM Mekaar) merupakan layanan pinjaman modal untuk perempuan prasejahtera pelaku UMKM yang diluncurkan pada 2015. PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 menggunakan system transaksional secara Syariah.

##### **2. Profil Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 . Adapun profil objek dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 4. 1 Tampilan Depan PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1**

Nama Perusahaan : PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1

Alamat Perusahaan : Jl. Bulak Rukem 1 no. 4, Wonokusumo, Semampir 1 ,  
Surabaya, Jawa Timur

Telepon : 0878-9105-8158

Email : [m.smpr2017@gmail.com](mailto:m.smpr2017@gmail.com)

Bidang usaha : Pembiayaan Mikro

Status Perusahaan : BUMN

Website : [www.pnm.co.id](http://www.pnm.co.id)

**Kredit macet PNM Semampir 1**

Jumlah Nasabah : 226

Jumlah Tunggakan : 415.985.730

**PT PNM Mekaar Cabang Semampir 2 :**

Alamat : Sidotopo II no 1-3 Kec. Semampir

Jumlah Nasabah : 4.357

Jumlah Pinjaman yang diberikan tahun 2022 : 13.750.000.000

### **PT PNM Mekaar Cabang Semampir 3 :**

Alamat : Randu barat 3, no 25, Kec. Semampir

Jumlah Nasabah : 3.883

Jumlah Pinjaman yang diberikan tahun 2022 : 9.625.000.000

### **3. Logo PT Permodalan Nasional Madani**



**Gambar 4. 2 Logo PT Permodalan Nasional Madani**

### **4. Visi dan Misi Perusahaan**

Adapun Visi dan Misi yang diterapkan oleh PT Permodalan Nasional Madani adalah sebagai berikut:

Visi : Menjadi lembaga pembiayaan terkemuka dalam meningkatkan nilai tambah secara berkelanjutan bagi Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKMK) yang berlandaskan prinsip-prinsip Good Corporate Governance (GCG) atau tata kelola perusahaan yang baik.

Misi :

- a.** Menjalankan berbagai upaya, yang terkait dengan operasional Perusahaan, untuk meningkatkan kelayakan usaha dan kemampuan wirausaha para pelaku bisnis UMKMK.

- b. Membantu UMKMK untuk mendapatkan dan kemudian meningkatkan akses pembiayaan UMKMK kepada lembaga keuangan baik bank maupun non-bank yang pada akhirnya akan meningkatkan kontribusi mereka dalam perluasan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.
- c. Meningkatkan kreativitas dan produktivitas karyawan untuk mencapai kinerja terbaik dalam usaha pengembangan sektor UMKMK.

### 5. Basis system

PNM Mekaar Syariah adalah layanan pemberdayaan melalui pembiayaan berbasis kelompok sesuai ketentuan hukum Islam yang berdasarkan fatwa dan/ atau pernyataan kesesuaian syariah dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia bagi perempuan prasejahtera melalui:

- a. Peningkatan pengelolaan keuangan untuk mewujudkan cita-cita dan kesejahteraan keluarga
- b. Pembiayaan modal usaha tanpa angunan
- c. Pembiasaan budaya menabung
- d. Peningkatan kompetensi kewirausahaan dan pengembangan bisnis.
  - i. Program Mekaar Syariah dilaksanakan melalui indoktrinasi usaha sesuai syariat Islam yaitu :
- e. Pertemuan mingguan yang wajib dilakukan secara disiplin dan tepat waktu dengan mengucapkan doa , janji nasabah, janji account officer mekaar syariah, janji Bersama.

- f. Nasabah Mekaar Syariah adalah mereka yang telah mempunyai usaha atau akan melakukan usaha atau yang pernah usaha karena sudah mempunyai pengalaman usaha sebelumnya sesuai syariat islam.
- g. Nasabah wajib memiliki usaha setelah diberikan pembiayaan.

Akad Dalam Pembiayaan PNM Mekaar Syariah :

a. Wakalah

Pelimpahan kekuasaan oleh seseorang sebagai pihak pertama kepada orang lain sebagai pihak kedua dalam hal-hal yang diwakilkan

b. Murabahah

Jual-beli antara penjual (Lembaga keuangan) dengan pembeli (nasabah), dan harga perolehan ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati antara penjual dan pembeli.

c. Wadiah

Titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat nasabah yang bersangkutan menghendaki. Bank bertanggung jawab atas pengembalian titipan tersebut.

**6. Produk PNM Mekaar Syariah**

**a. PNM Mekaar Plus**

PNM Mekaar Plus merupakan program pembiayaan lanjutan tanpa jaminan yang diberikan sebagai bentuk apresiasi kepada nasabah PNM Mekaar yang telah bergabung selama minimal 2 (dua) tahun dan selama jangka waktu tersebut memiliki riwayat pembayaran yang baik/disiplin. PNM Mekaar Plus sebagai salah satu program PNM Mekaar naik kelas diharapkan dapat

membantu mengembangkan usaha nasabah serta menjadi salah satu upaya mengantarkan nasabah prasejahtera menjadi sejahtera.

**b. PNM Mekaar Syariah**

PNM Mekaar Syariah merupakan layanan pemberdayaan berbasis kelompok sesuai ketentuan hukum Islam yang berdasarkan fatwa dan/atau pernyataan kesesuaian syariah dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia yang ditujukan bagi perempuan prasejahtera pelaku usaha ultra mikro. Diperuntukkan secara khusus bagi perempuan dengan sistem kredit secara umum. PNM Mekaar menawarkan kredit paling kecil sebesar Rp 2 juta untuk pemula dengan tenor 50 minggu.

**c. Mekaar Wash Syariah**

Mekaar WASH adalah produk pembiayaan yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas air konsumsi, memberikan akses kepemilikan sarana air bersih dan sarana sanitasi yang dilakukan dengan pola syariah berupa transaksi Jual Beli (Murabahah) atau jual beli dengan dukungan Wakalah/perwakilan (Murabahah bil Wakalah).

**d. Mekaar Home Syariah**

Mekaar HOME adalah produk pembiayaan ini ditujukan untuk renovasi rumah nasabah yang juga dijadikan sebagai tempat usaha dan/atau yang mendukung usaha yang dilakukan dengan pola Syariah dengan akad Murabahah bil Wakalah.

## B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi Karakteristik Responden

Subjek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah nasabah aktif PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 . Kuisisioner dalam penelitian ini dibagikan ke 30 responden pertama untuk di uji instrumen dan 141 responden selanjutnya dalam kurun waktu satu minggu, seluruh responden memenuhi kriteria sampel yaitu sebanyak 141 responden. Kuesioner berisi 18 butir pertanyaan yang terdiri dari 5 butir pertanyaan untuk variabel *word of mouth* (X1), 4 butir pertanyaan untuk variabel kepercayaan (X2), 4 butir pertanyaan untuk produk (X3), dan 4 butir pertanyaan untuk variabel keputusan nasabah (Y). Gambaran umum subjek penelitian dilakukan dengan menguraikan karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, jenis usaha, dan jumlah omset usaha dalam setahun.

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis Kelamin :			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Perempuan	141	100.0	100.0	100.0

Sumber : Data Primer, (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2 diperoleh informasi bahwa responden Perempuan sebanyak 141 orang atau 100%. Hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah PT PNM

Mekaaar Cabang Semampir 1 didominasi oleh nasabah berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 141 orang atau 100%.

#### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan usia.

**Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia**

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	21-30 Tahun	75	53.2	53.2	53.2
	31-40 Tahun	47	33.3	33.3	86.5
	< 40 Tahun	19	13.5	13.5	100.0
Total		141	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 diperoleh informasi bahwa responden yang berusia 21 – 30 tahun sebanyak 75 responden (53,2%), responden yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 47 responden (33.3%), dan responden yang berusia > 40 tahun sebanyak 19 responden (13.5%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT. PNM Mekaar Cabang Semampir 1 didominasi oleh nasabah yang berusia 21 - 30 tahun atau usia produktif yaitu sebanyak 75 responden atau 53.2%.

#### c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.6 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan pendidikan.

**Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan**

		Pendidikan :			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/Sederajat	1	.7	.7	.7
	SMP/Sederajat	1	.7	.7	1.4
	SMA/Sederajat	114	80.9	80.9	82.3
	D1/D2/D3	16	11.3	11.3	93.6
	D4/S1	9	6.4	6.4	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh informasi bahwa responden yang memiliki Pendidikan terakhir tingkat SD/Sederajat sebanyak 1 responden (0.7%), responden yang memiliki Pendidikan terakhir tingkat SMP/Sederajat sebanyak 1 responden (0.7%), responden yang memiliki Pendidikan terakhir tingkat SMA/Sederajat sebanyak 114 responden (80.9%), responden yang memiliki Pendidikan terakhir tingkat D1/D2/D3 sebanyak 16 responden (11.3%), responden yang memiliki Pendidikan terakhir tingkat D4/S1 sebanyak 9 responden (6.4%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT. PNM Mekaar Cabang Semampir 1 didominasi oleh nasabah yang memiliki Pendidikan terakhir tingkat SMA/Sederajat yaitu sebanyak 114 responden (80.9%).

#### **d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Tabel 4.4 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan pekerjaan.

**Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan**

		<b>Pekerjaan:</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	3	2.1	2.1	2.1
	Ibu Rumah Tangga	23	16.3	16.3	18.4
	Wirausaha	101	71.6	71.6	90.1
	Karyawan Swasta	14	9.9	9.9	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 diperoleh informasi bahwa responden yang memiliki pekerjaan Pelajar/Mahasiswa sebanyak 3 responden (2.1%), responden yang memiliki pekerjaan Ibu Rumah Tangga sebanyak 23 responden (16.3%), responden yang memiliki pekerjaan Wirausaha sebanyak 101 responden (71.6%), responden yang memiliki pekerjaan Karyawan Swasta sebanyak 14 responden (9.9%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT. PNM Mekaar Cabang Semampir 1 didominasi oleh nasabah yang memiliki pekerjaan sebagai Wirausaha yaitu sebanyak 101 responden (71.6%).

#### **e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

Tabel 4.5 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan pendapatan.

**Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan**

**Pendapatan:**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 2.000.000	4	2.8	2.8	2.8
Rp. 2.000.000 – Rp. 3.500.000	45	31.9	31.9	34.8
Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000	89	63.1	63.1	97.9
> Rp. 5.000.000	3	2.1	2.1	100.0
Total	141	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 diperoleh informasi bahwa responden yang memiliki pendapatan perbulan < Rp. 2.000.000 sebanyak 4 responden (2.8%), responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp. 2.000.000 – Rp. 3.500.000 sebanyak 45 responden (31.9%), responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 89 responden (63.1%), responden yang memiliki pendapatan perbulan > Rp. 5.000.000 sebanyak 3 responden (2.1%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT. PNM Mekaar Cabang Semampir 1 didominasi oleh nasabah yang memiliki pendapatan perbulan Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000 yaitu sebanyak 89 responden (63.1%).

#### **f. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha**

Tabel 4.6 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Jenis Usaha**

**Jenis Usaha :**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kuliner	53	37.6	37.6	37.6
	Fashion	47	33.3	33.3	70.9
	Lainnya	41	29.1	29.1	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh informasi bahwa responden yang memiliki jenis usaha Kuliner sebanyak 53 responden (37.6%), responden yang memiliki jenis usaha Fashion sebanyak 47 responden (33.3%), dan responden yang memiliki jenis usaha lainnya sebanyak 41 responden (29.1%), Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT. PNM Mekaar Cabang Semampir 1 didominasi oleh nasabah yang memiliki jenis usaha Kuliner yaitu sebanyak 53 responden (37.6%).

#### **g. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha**

Tabel 4.7 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Jenis Usaha**

**Jumlah omset usaha dalam setahun :**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> Rp. 6.000.000	84	59.6	59.6	59.6
	< Rp. 6.000.000	57	40.4	40.4	100.0
	Total	141	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 diperoleh informasi bahwa responden yang memiliki jumlah omset usaha dalam setahun > Rp. 6.000.000 sebanyak 84 responden (59.6%),

dan responden yang memiliki jumlah omset usaha dalam setahun < Rp. 6.000.000 sebanyak 57 responden (40.4%), Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT. PNM Mekaar Cabang Semampir 1 didominasi oleh nasabah yang memiliki jumlah omset usaha dalam setahun > Rp. 6.000.000 sebanyak 84 responden (59.6%).

## 2. Deskripsi Karakteristik Variabel

Data yang diperoleh menggunakan skor mulai angka 1 sampai 4 (skala likert) yang dipakai untuk mengukur atau melihat tanggapan responden terhadap variabel *word of mouth* (X1), kepercayaan (X2), produk (X3) dan keputusan nasabah (Y).

### a. Deskripsi Variabel *Word of Mouth*

Tanggapan responden terhadap variabel *Word of Mouth* dapat diketahui sebagai berikut :

**Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Variabel *Word of Mouth***

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden								Mean	Total
		STS	%	TS	%	S	%	SS	%		
		1		2		3		4			
<b>X1</b>	<b><i>Word of Mouth</i></b>										
1	X1.1	4	2,8	16	11,3	76	53,9	45	31,9	3,14	100%
2	X1.2	5	3,5	22	15,6	59	41,8	55	39	3,16	100%
3	X1.3	9	6,4	26	18,4	52	36,9	54	38,3	3,07	100%
4	X1.4	14	9,9	34	24,1	51	36,2	42	29,8	2,85	100%
5	X1.5	25	17,7	35	24,8	48	34	33	23,4	2,63	100%
Total										2,97	

Sumber : Data Premier, (2023)

Berdasarkan dari Tabel di atas, dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki mean paling besar adalah X1.2 senilai 3,16 dengan pernyataan

“Pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 banyak dibicarakan oleh orang di sekitar saya”. Kemudian indikator yang memiliki mean paling kecil adalah X1.5 senilai 2,63 dengan pertanyaan “Saya memantau perkembangan informasi melalui grup *whatsapp* kelompok saya”. Sebagian besar responden memberi tanggapan setuju terhadap pernyataan pada variabel *word of mouth*. Hal tersebut menunjukkan bahwa orang di sekitar responden lebih membicarakan tentang Pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 namun responden tidak aktif memantau informasi yang berasal dari grup *whatsapp*.

#### b. Deskripsi Variabel Kepercayaan

Tanggapan responden terhadap variabel Kepercayaan dapat diketahui sebagai berikut :

**Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan**

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden								Mean	Total
		STS		TS		S		SS			
		1	%	2	%	3	%	4	%		
<b>X2</b>	<b>Kepercayaan</b>										
<b>1</b>	<b>X2.1</b>	22	15,6	37	26,2	38	27	44	31,2	2,73	100%
<b>2</b>	<b>X2.2</b>	23	16,3	41	29,1	37	26,2	40	28,4	2,66	100%
<b>3</b>	<b>X2.3</b>	29	20,6	40	28,4	36	25,5	36	25,5	2,56	100%
<b>4</b>	<b>X2.4</b>	22	15,6	36	25,5	36	25,5	47	33,3	2,76	100%
Total										2,67	

Sumber : Data Premier, (2023)

Berdasarkan dari Tabel di atas, dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki mean paling besar adalah X2.4 senilai 2.76 dengan pernyataan “Saya bersedia menerima resiko atau konsekuensi saat memilih pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 ”. Kemudian indikator yang memiliki mean paling

kecil adalah X2.3 senilai 2,56 dengan pertanyaan “Saya percaya PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 memiliki kejujuran dalam pembiayaan”. Sebagian besar responden memberi tanggapan setuju terhadap pernyataan pada variabel kepercayaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kepercayaan terhadap PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 .

### c. Deskripsi Variabel Produk

Tanggapan responden terhadap variabel Produk dapat diketahui sebagai berikut :

**Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Variabel Produk**

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden								Mean	Total
		STS		TS		S		SS			
		1	%	2	%	3	%	4	%		
<b>X3</b>	<b>Produk</b>										
<b>1</b>	<b>X3.1</b>	24	17	33	23,4	41	29,1	43	30,5	2,73	100%
<b>2</b>	<b>X3.2</b>	25	17,7	30	21,3	37	26,2	49	34,8	2,78	100%
<b>3</b>	<b>X3.3</b>	27	19,1	31	22	38	27	45	31,9	2,71	100%
<b>4</b>	<b>X3.4</b>	21	14,9	36	25,5	39	27,7	45	31,9	2,76	100%
Total										2,74	

Sumber : Data Premier, (2023)

Berdasarkan dari Tabel di atas, dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki mean paling besar adalah X3.2 senilai 2.78 dengan pernyataan “PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 memiliki variasi pembiayaan”. Kemudian indikator yang memiliki mean paling kecil adalah X3.3 senilai 2,71 dengan pertanyaan “Pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 lebih unggul dari pembiayaan di lembaga lain”. Sebagian besar responden memberi tanggapan setuju terhadap pernyataan pada variabel produk. Hal tersebut menunjukkan bahwa produk

PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 bervariasi namun tidak lebih unggul dengan Lembaga pembiayaan lain.

#### d. Deskripsi Variabel Keputusan Nasabah

Tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Nasabah dapat diketahui sebagai berikut :

**Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Nasabah**

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden								Mean	Total
		STS		TS		S		SS			
		1	%	2	%	3	%	4	%		
<b>Y</b>	<b>Keputusan Nasabah</b>										
<b>1</b>	<b>Y1</b>	21	14,9	36	25,5	40	28,4	44	31,2	2,75	100%
<b>2</b>	<b>Y2</b>	24	17	30	21,3	37	26,2	50	35,5	2,8	100%
<b>3</b>	<b>Y3</b>	21	14,9	29	20,6	34	24,1	57	40,4	2,9	100%
<b>4</b>	<b>Y4</b>	17	12,1	41	29,1	38	27	45	31,9	2,78	100%
<b>5</b>	<b>Y5</b>	18	12,8	35	24,8	40	28,4	48	34	2,83	100%
Total										2,81	

Sumber : Data Premier, (2023)

Berdasarkan dari Tabel di atas, dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki mean paling besar adalah Y3 senilai 2.90 dengan pernyataan “PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 selalu memberi informasi secara lengkap”. Kemudian indikator yang memiliki mean paling kecil adalah Y1 senilai 2,75 dengan pertanyaan “Saya memilih pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 karena kinerja karyawannya yang baik”. Sebagian besar responden memberi tanggapan setuju terhadap pernyataan pada variabel produk. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memutuskan untuk memilih PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 karena selalu memberikan informasi yang lengkap.

### C. Uji Instrumen

Sebelum data dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis regresi linier berganda, data akan diuji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu dengan menggunakan 30 responden pertama. Hal tersebut bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan dan mengukur apa yang ingin diukur (*validitas*) dan dapat digunakan kembali untuk penelitian selanjutnya secara konsisten (*reliabilitas*).

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Menurut (Sugiyono, 2013c) bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden dan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid yaitu nilai validitasnya  $\geq 0,3$  (Sugiyono, 2017).

Adapun hasil perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Sig	Keterangan
1	Word of Mouth (X1)	X1.1	0.478	0,3	0.008	Valid
2		X1.2	0.601	0,3	0.000	Valid
3		X1.3	0.586	0,3	0.001	Valid
4		X1.4	0.387	0,3	0.034	Valid
5		X1.5	0.374	0,3	0.042	Valid
6	Kepercayaan (X2)	X2.1	0.424	0,3	0.019	Valid
7		X2.2	0.447	0,3	0.013	Valid
8		X2.3	0.606	0,3	0.000	Valid
9		X2.4	0.493	0,3	0.006	Valid
10	Produk (X3)	X3.1	0.670	0,3	0.000	Valid
11		X3.2	0.428	0,3	0.007	Valid
12		X3.3	0.562	0,3	0.001	Valid
13		X3.4	0.447	0,3	0.013	Valid
14	Keputusan Nasabah (Y)	Y.1	0.655	0,3	0.000	Valid
15		Y.2	0.533	0,3	0.003	Valid
16		Y.3	0.670	0,3	0.000	Valid
17		Y.4	0.534	0,3	0.002	Valid
18		Y.5	0.632	0,3	0.000	Valid

Sumber : Data Primer, (2023)

Berdasarkan dari tabel di atas menunjukkan nilai R hitung dari masing-masing variabel > R Tabel 0,3 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabe *Word of Mouth*, Kepercayaan, Produk dan Keputusan Nasabah dalam penelitian ini dinyatakan *valid*.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan tingkat alat pengumpul data yang digunakan. Koefisien reliabilitas diketahui dari besarnya koefisien alpha ( $\alpha$ ). Statistik alpha cronbach menghitung konsistensi internal berdasarkan atas rata-rata korelasi antar item (indikator). Standarisasi reliabilitas berdasarkan kaidah reliabilitas Guilford, Instrumen (kumpulan indikator) suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki statistik alpha cronbach 0,70 dan syarat nilai cukup sekurang-kurangnya 0,50.

Adapun hasil perhitungan uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standart Reabilitas	Keterangan
1	<i>Word of Mouth</i> (X1)	0.636	0,6	Reliabel
2	Kepercayaan (X2)	0.614	0,6	Reliabel
3	Produk (X3)	0.620	0,6	Reliabel
4	Keputusan Nasabah (Y)	0.707	0,6	Reliabel

Sumber : Data Premier, (2023)

Berdasarkan tabel di atas nilai cronbach's alpha ( $\alpha$ ) pada semua variabel lebih besar dari standar reliabilitas (0,6) sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa indikator atau kuesioner yang digunakan pada variabel *Word of Mouth*, Kepercayaan, Produk dan Keputusan Nasabah dinyatakan dapat dipercaya (*reliable*) sebagai alat ukur variabel penelitian dan dapat digunakan kembali untuk penelitian selanjutnya.

## D. Analisa Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

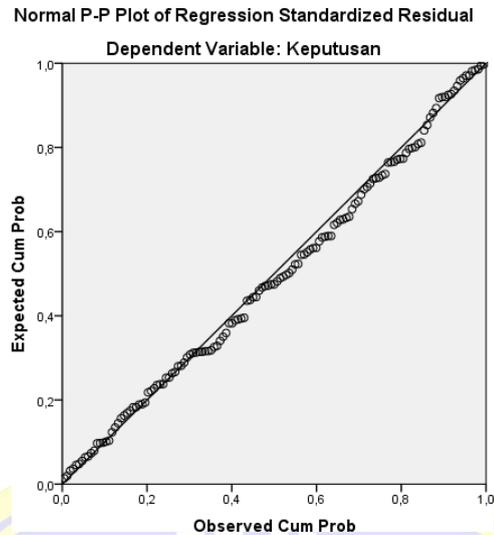
#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji distribusi sampel penelitian apakah normal atau tidak. Data dinyatakan memiliki distribusi normal jika nilai *Asymptotic Significance*  $> 0,05$ , sedangkan pada uji PP plot standar mendekati garis diagonal. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov dan uji PP plot :

**Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		141
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,45656071
Most Extreme Differences	Absolute	,048
	Positive	,048
	Negative	-,033
Test Statistic		,048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Output SPSS, (2023)



**Gambar 4. 3 Uji Normalitas PP Plot**

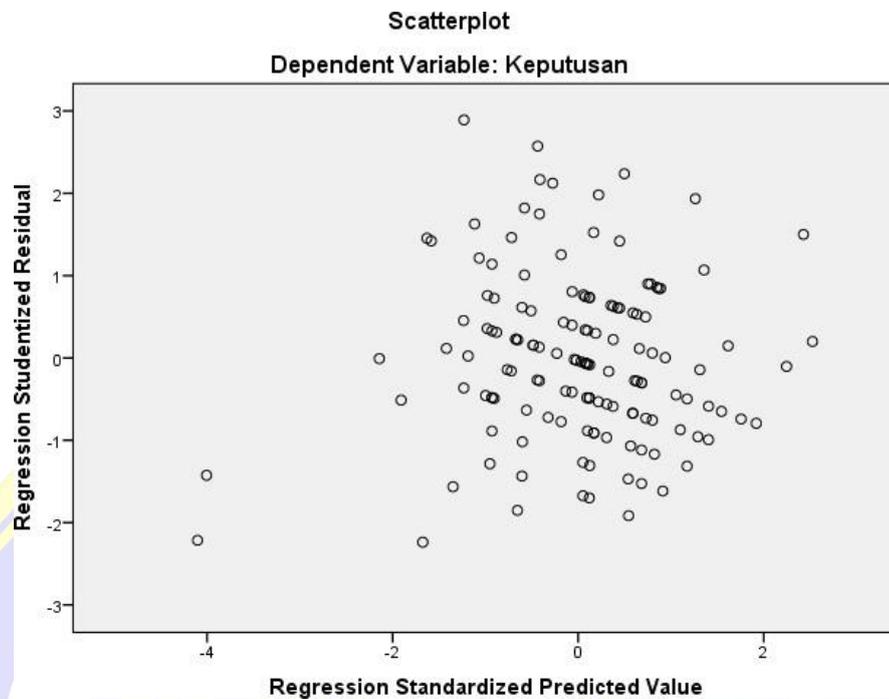
Sumber : Output SPSS, (2023)

Berdasarkan Tabel uji normalitas dengan menggunakan metode kolmogorov smirnov dapat dilihat nilai *Asymptotic Significance* yakni  $0,2 > 0,05$ . Dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal. Sedangkan berdasarkan Gambar dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dikatakan data pada penelitian ini berdistribusi normal.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dan residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lainnya dalam sebuah model regresi. Untuk dapat mendeteksi terjadinya masalah heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatterplot atau nilai prediksi variabel terikat dengan residual error. Jika titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu

dan menyebar di atas dan bawah angka nol (0) pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.



**Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)**

Sumber : Output SPSS, (2023)

Berdasarkan Gambar dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar keatas dan kebawah angka 0 dan tidak membentuk pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

### c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan korelasi antar variabel bebas (*independent*). Salah satu cara untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya yaitu *Variance Inflation Factor*

(VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka hasilnya tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas**

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

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	WOM	,984	1,017
	Kepercayaan	,989	1,011
	Produk	,981	1,019

Sumber : Output SPSS, (2023)

Pada Tabel di atas, dapat dilihat bahwa besarnya nilai *tolerance* untuk masing-masing variabel > 0,1 dan nilai VIF untuk masing-masing variabel bebas mempunyai nilai <10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi atau tidak terdapat masalah multikolinieritas antar variabel independent dalam regresi tersebut.

## **2. Uji Regresi Linier Berganda**

### **a. Uji Regresi Linier Berganda**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yaitu dengan melihat pengaruh antara variabel bebas *Word of Mouth*, Kepercayaan, dan Produk terhadap variabel terikat Keputusan Nasabah. Proses perhitungan menggunakan program SPSS, sehingga dihasilkan persamaan linier seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 4. 16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,022	2,023		2,483	,014
	WOM	,248	,088	,227	2,831	,005
	Kepercayaan	,225	,102	,176	2,204	,029
	Produk	,269	,095	,227	2,826	,005

Sumber : Output SPSS, (2023)

Berdasarkan Tabel maka persamaan regresi yang didapat adalah sebagai berikut:

$$Y = 5.022 + 0,248X_1 + 0,225X_2 + 0,269X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 5.022. Hal tersebut berarti apabila variabel bebas *Word of Mouth*, Kepercayaan, dan Produk adalah bernilai konstan, maka besarnya variabel terikat yaitu keputusan nasabah adalah sebesar 5.022 satuan.
2. *Word of Mouth* (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0,248. Hal tersebut menandakan bahwa koefisien *word of mouth* (X1) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap keputusan nasabah (Y). Apabila *word of mouth* bertambah satu satuan, maka keputusan nasabah akan bertambah sebesar 0,248 satuan. Artinya semakin tinggi nilai *word of mouth* maka semakin tinggi nilai keputusan nasabah.

3. Kepercayaan (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,225. Hal tersebut menandakan bahwa koefisien Kepercayaan (X2) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap keputusan nasabah (Y). Apabila Kepercayaan bertambah satu satuan, maka keputusan nasabah akan bertambah sebesar 0,035 satuan. Artinya semakin tinggi nilai Kepercayaan maka semakin tinggi nilai keputusan nasabah.

4. Produk (X3) memiliki nilai koefisien sebesar 0,269. Hal tersebut menandakan bahwa koefisien produk (X3) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap keputusan nasabah (Y). Apabila produk bertambah satu satuan, maka keputusan nasabah akan bertambah sebesar 0,269 satuan. Artinya semakin tinggi nilai produk maka semakin tinggi nilai keputusan nasabah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas *Word of Mouth*, Kepercayaan, dan Produk memiliki pengaruh positif atau searah dengan variabel terikat yaitu keputusan nasabah.

#### **b. Uji Koefisien Determinasi**

Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada nilai koefisien korelasi dan koefisien determinasi seperti pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,365 <sup>a</sup>	,133	,114	2,48331	1,926

Sumber : Output SPSS, (2023)

Untuk menafsirkan tingkat koefisien korelasi dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

**Tabel 4. 18 Interval Koefisien Korelasi**

Besar R	Interpretasi
Antara 0,80 sampai dengan 1.00	Sangat Kuat
Antara 0,60 sampai dengan 0.80	Kuat
Antara 0,40 sampai dengan 0.60	Cukup Kuat
Antara 0,20 sampai dengan 0.40	Rendah
Antara 0,10 sampai dengan 0.20	Sangat Rendah

Sumber : Arikunto (2018)

Hasil regresi berganda di atas didapatkan nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0.365, hal tersebut menunjukkan bahwa antara variabel bebas dan terikat memiliki tingkat hubungan dalam kategori rendah. Adapun nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) didapatkan sebesar 0,133 atau sebesar 13,3%. Artinya bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 13,3% sedangkan 86,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t atau yang disebut dengan uji hipotesis parsial adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji tingkat signifikansi atau tingkat

kepercayaan dari koefisien regresi. Dalam uji t menggunakan level of signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau  $\alpha = 0,05$ . Adapun kriteria pengujian yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel dan nilai signifikan  $>$  0,05
- 2) Hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel nilai signifikan  $<$  0,05

Pada penelitian ini penulis menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% maka nilai  $\alpha$  pada penelitian ini sebesar 0,05, sehingga untuk melihat nilai  $t$  tabel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= (\alpha ; 141 - k - 1) \\ &= (0,05 ; 141 - 3 - 1) \\ &= (0,05 ; 137) \end{aligned}$$

Jadi dengan nilai  $t$  sebesar 0,05 dan nilai  $df$  sebesar 137 maka dapat diketahui nilai  $t$  tabel sebesar 1.97743.

**Tabel 4. 19 Hasil Uji T**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5,022	2,023		2,483	,014
	WOM	,248	,088	,227	2,831	,005
	Kepercayaan	,225	,102	,176	2,204	,029
	Produk	,269	,095	,227	2,826	,005

Sumber : Output SPSS, (2023)

Berdasarkan pada Tabel di atas, maka dapat diperoleh uji hipotesis sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yakni  $2,831 > 1.97743$ , dan nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima yang berarti *word of mouth* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ) PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 .

2. Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel yakni  $0,204 < 1.97743$ , dan nilai signifikansi  $0,029 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti kepercayaan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ) PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 .

3. Pengujian Hipotesis 3

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yakni  $2,826 > 1.97743$ , dan nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima yang berarti produk ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ) PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 .

**b. Uji F**

Uji F atau disebut dengan uji hipotesis silmultan adalah metode statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dalam penelitian ini yaitu

*word of mouth* (X1), kepercayaan (X2), dan produk (X3), berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat keputusan nasabah (Y). Hasil uji F dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 20 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130,122	3	43,374	7,033	,000 <sup>b</sup>
	Residual	844,857	137	6,167		
	Total	974,979	140			

Sumber : Output SPSS, (2023)

Nilai F hitung yang diperoleh dari tabel 4.19 sebesar 7.033 sedangkan nilai F tabel dari hasil  $df = n - k$  ( $k =$  jumlah variabel independen bebas,  $n =$  jumlah responden) yakni  $df = 141 - 3 = 138$  sehingga didapat F tabel sebesar 2,67. Dengan demikian nilai F hitung  $7.033 > 2,67$  dengan tingkat signifikansi 0,000 karena tingkat signifikansi  $<$  dari 0,05 , maka H4 diterima yang berarti *word of mouth* (X1), kepercayaan (X2), dan produk (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 .

#### a. Variabel Paling Dominan

Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan di antara variabel pengetahuan *word of mouth*, kepercayaan, dan produk , maka dapat dilihat nilai masing-masing variabel dari hasil berikut :

**Tabel 4. 18 Hasil Uji *Standardized Coefficients***

Model		Coefficients <sup>a</sup>		
		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)		2,483	,014
	WOM	,227	2,831	,005
	Kepercayaan	,176	2,204	,029
	Produk	,227	2,826	,005

Sumber : Output SPSS, (2023)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat pada kolom *standardized coefficients* dapat diketahui bahwa variabel Word Of Mouth memiliki nilai 0,227 dan hasil Uji t yaitu 2,831 yang lebih besar dari pada variabel kepercayaan (0,176) dan produk (0,227), serta dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel Word of Mouth 0,005 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel keputusan nasabah PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 adalah variabel Word of mouth.

**Tabel 4. 21 Rangkuman Hipotesis**

No	Hipotesis	Hasil
1	H1: <i>Word of Mouth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 .	Diterima
2	H2 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 .	Diterima
3	H3: Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 .	Diterima
4	H4: <i>Word Of Mouth</i> , Kepercayaan, Dan Produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 .	Diterima

## E. Pembahasan

### 1. Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah

Permodalan Nasional Madani Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera (PNM Mekaar) merupakan layanan permodalan berbasis kelompok, yang diperuntukan bagi perempuan prasejahtera pelaku usaha ultra mikro. Perempuan mempunyai komitmen yang jauh lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Mereka lebih komitmen kepada keluarga, lebih care pada pendidikan anak jauh lebih tinggi, dimana *word of mouth* juga lebih sering dibicarakan oleh kaum perempuan.

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti *word of mouth* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1. Hasil penelitian menjelaskan bahwa orang di sekitar nasabah PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 membicarakan pembiayaan, nasabah mengetahui pembiayaan melalui grup *Whatsapps*, orang di sekitar nasabah menceritakan pengalamannya, serta nasabah selalu memantau informasi melalui grup *whatsapp* kelompok. Hal tersebut dapat meningkatkan keputusan nasabah memilih pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah memutuskan untuk memilih pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 karena orang di sekitar nasabah sering membicarakan tentang pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1, sesuai dengan hasil deskripsi variable bahwa

pernyataan “Pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 banyak dibicarakan oleh orang di sekitar saya” memiliki mean paling besar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fenanda dan Solekah, (2018) dengan judul “Analisis Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap keputusan Nasabah Untuk Menabung Dengan brand Equity Sebagai Variabel Mediasi” menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dan Adha et al, (2022) dengan judul “Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa BPRS Gebu Prima Medan”. Artinya peran *word of mouth* dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada BPRS Gebu Prima Medan, dengan dibuktikan hasil di atas, bahwa *word of mouth* yang sering nasabah lakukan akan berdampak pada keputusan nasabah BPRS Gebu Prima Medan begitu juga sebaliknya kurangnya *word of mouth* akan berakibat pada penurunan tingkat keputusan nasabah.

## **2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah**

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 . Hasil penelitian menjelaskan bahwa nasabah yakin PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 sungguh-sungguh melayani nasabah, nasabah memiliki kepercayaan mendapatkan pelayanan dengan baik, nasabah yakin akan mendapatkan kejujuran dalam pembiayaan, nasabah bersedia menerima resiko atau konsekuensi saat memilih pembiayaan. Hal tersebut

dapat meningkatkan keputusan nasabah memilih pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah memutuskan untuk memilih pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 karena memiliki kepercayaan terhadap PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 , sesuai dengan hasil deskripsi variable bahwa pernyataan “Saya bersedia menerima resiko atau konsekuensi saat memilih pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 ” memiliki mean paling besar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Subardi et al., n.d., (2018) dengan judul “Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih.” menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dan Adha et al, (2022) dengan judul “Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa BPRS Gebu Prima Medan”. Artinya peran kepercayaan dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada BPRS Gebu Prima Medan, dengan dibuktikan hasil di atas, bahwa kepercayaan nasabah akan berdampak pada keputusan nasabah BPRS Gebu Prima Medan begitu juga sebaliknya kurangnya kepercayaan nasabah akan berakibat pada penurunan tingkat keputusan nasabah.

### **3. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Nasabah**

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

(Y) PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 . Hasil penelitian menjelaskan produk PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 memiliki kualitas yang baik, produk pembiayaan sangat bervariasi, produk lebih unggul dari pembiayaan di lembaga lain, produk pembiayaan yang terkenal. Hal tersebut dapat meningkatkan keputusan nasabah memilih pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah memutuskan untuk memilih pembiayaan di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 karena produk PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 bervariasi, sesuai dengan hasil deskripsi variabel bahwa pernyataan “PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 memiliki variasi pembiayaan” memiliki mean paling besar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Djaharuddin dan Irawati, (2021) dengan judul “Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah” menyatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dan Putra, (2020) dengan judul “Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Proses, People Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Asuransi Jiwa PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang)”. Artinya peran produk dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Asuransi Jiwa PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang, dengan dibuktikan hasil di atas, bahwa produk akan berdampak pada keputusan nasabah Asuransi Jiwa PT. Sunlife Indonesia Cabang Semarang begitu juga sebaliknya buruknya produk akan berakibat pada penurunan tingkat keputusan pembelian konsumen.

#### **4. Pengaruh *Word of Mouth*, Kepercayaan, dan Produk secara Simultan Terhadap Keputusan Nasabah**

Hasil analisis Uji F maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima yang berarti *word of mouth*, kepercayaan, dan produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah PT. PNM Mekaar Cabang Semampir 1 . Hasil dari uji korelasi berganda (R) menunjukkan bahwa antara variabel bebas dan terikat memiliki tingkat hubungan dalam kategori rendah. Adapun nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapatkan variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 13,3% sedangkan 86,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, bahwa *word of mouth*, kepercayaan, dan produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 . Hal ini disebabkan karena sering membicarakan PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 pada orang sekitar yang dapat menarik nasabah baru untuk melakukan transaksi di PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 , hal ini dapat terlihat pada semua item pernyataan variabel *word of mouth* yang telah diajukan dengan nilai total rata-rata 2.97 yang termasuk kategori tinggi dibandingkan dengan variabel lain. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa responden menilai *word of mouth*, kepercayaan, dan produk pada PT PNM Mekaar Cabang Semampir 1 sudah tergolong baik.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Hidayat, (2020) yang berjudul “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi

Terhadap Keputusan Pembelian”, dan penelitian (Ariza et al., 2022) yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth* (WOM), Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD Sri Mulyo Agung)”, menyatakan bahwa *word of mouth*, kepercayaan dan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen.

