

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

4.1.1 Letak Geografi

Kabupaten Pandeglang adalah salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Banten yang memiliki 35 Kecamatan dan penduduk berjumlah 1.205.203 jiwa dan memiliki luas 2.746.89 km² dan memiliki panjang garis pantai sebesar 230 km, dan 35 Kecamatan yang berada di Kabupaten Pandeglang yaitu, Sumur, Cimanggu, Cibaliung, Cibitung, Cikeusik, Cigeulis, Panimbang, Sobang, Munjul, Angsana, Sindangresmi, Picung, Bojong, Saketi, Pandeglang, Pagelaran, Patia, Sukaresmi, Labuan, Carita, Jiput, Cikedal, Menes, Pulosari, Mandalawangi, Cimanuk, Cipeucang, Banjar, Mekarjaya, Pandeglang, Majasari, Cadasari, Karang tanjung, Keroncong dan Kaduhejo¹.

¹ BPS Kabupaten Pandeglang, *Statistik Daerah Kabupaten Pandeglang*, (Pandeglang: BPS Kabupaten Pandeglang, 2018), h.1

Kecamatan Kaduhejo adalah salah satu dari 35 kecamatan yang berada di kabupaten Pandeglang luas wilayahnya 33,57 km² dan jumlah penduduknya sekitar 36.024 jiwa dan juga memiliki 10 desa. Desa Sukasari adalah satu dari 10 desa yang berada di Kaduhejo tersebut. Adapaun batas wilayah Kecamatan Kaduhejo adalah disebelah timur Kecamatan Majasari, disebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Banjar, disebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Ciomas dan disebelah barat yaitu berbatasan dengan Kecamatan Mandalawangi. Kecamatan Kaduhejo terdiri dari 10 desa antara lain, Desa Banjarsari, Mandalasari, Sukamanah, Saninten, Palurahan, Bayumundu, Kadugemblo, Cempaka, Ciputri dan Sukasari.²

4.2 Data Responden

4.2.1 Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin

Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel 4.2.1 sebagai berikut:

² BPS Kabupaten Pandeglang, *Statistik Daerah Kabupaten Pandeglang*, (Pandeglang: BPS Kabupaten Pandeglang, 2018), h.3

Tabel 4.1**Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Laki-Laki	65	65.0%
Perempuan	35	35.0%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui jenis kelamin yang diambil sebagai sampel mayoritas responden adalah laki-laki sebanyak 65 orang atau 65.0%. Sedangkan sisanya responden perempuan sebanyak 35 orang atau 35.0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden terbanyak diwakili responden yang berjenis kelamin laki-laki.

4.2.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia

Pengelompokan responden berdasarkan usia dapat dilihat dalam tabel 4.2.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2**Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Usia	Frekuensi	Presentase
25-35	35	35.0%
36-45	41	41.0%
46-55	20	20.0%
56-65	4	4.0%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui tentang usia masyarakat Desa Sukasari yang diambil sebagai responden terbagi menjadi empat kelompok. Usia 25 s/d 35 tahun sebanyak 35 orang atau 35.0%, usia 36 s/d 45 tahun sebanyak 41 orang atau 41.0%, usia 46 s/d 55 tahun sebanyak 20 orang atau 20.0%, dan usia 56 s/d 65 tahun sebanyak 4 orang atau 4.0%. Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia 36 s/d 45 tahun.

4.2.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan yang dimaksud dalam gambaran umum responden adalah tingkat pendidikan terakhir yang dijalani oleh responden. Pengelompokan responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat dalam tabel 4.2.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pengelompokan berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SMA	5	5.0%
Diploma	2	2.0%
Sarjana	93	93.0%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan masyarakat Desa Sukasari yang diambil, terbagi menjadi tiga kelompok. Tingkat pendidikan SMA sebanyak 5 orang atau 5.0%. Tingkat pendidikan Diploma sebanyak 2 orang atau 2.0%. Tingkat pendidikan sarjana sebanyak 93 orang atau 93.0%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa

sebagian besar sampel dalam penelitian ini berpendidikan Sarjana.

4.2.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pengelompokan responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat dalam tabel 4.2.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4

Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Wiraswasta	10	10.0%
Pegawai Swasta	36	36.0%
PNS	51	51.0%
Pensiunan	3	3.0%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar pekerjaan masyarakat yang diambil sebagai sampel adalah wiraswasta sebanyak 10 orang atau 10.0%. Pegawai swasta sebanyak 36 orang atau 36.0%. PNS sebanyak 51 orang atau 51.0%, dan pensiunan sebanyak 3 orang atau 3.0%. Dari keterangan diatas menunjukkan sebagian besar sampel dalam penelitian ini pekerjaannya adalah PNS.

4.2.5 Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Perbulan

Pengelompokan responden berdasarkan pendapatan perbulan responden pada masyarakat Desa Sukasari yang diambil sebagai sampel dapat dilihat dalam tabel 4.2.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Perbulan

Pendapatan	Frekuensi	Presentase
1-5jt	88	88%
5-10jt	10	10%
>10jt	2	2%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah 2021

Berdasarkan keterangan di atas dapat diketahui bahwa pendapatan perbulan masyarakat Desa Sukasari yang diambil sebagai sampel adalah pendapatan perbulan 1 s/d 5jt sebanyak 88 orang atau 88%. Pendapatan perbulan 5 s/d 10jt sebanyak 10 orang atau 10%. Pendapatan perbulan > 10jt sebanyak 2 orang atau 2%. Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar

sampel dalam penelitian ini pendapatan perbulannya yaitu

1 s/d 5jt.

4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

4.3.1 Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel

Harga

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga

dapat dilihat dalam tabel 4.31 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel harga

No	Item Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		Jml (%)	Jml (%)	Jml (%)	Jml (%)	Jml (%)
1	Saya memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah karena marginnya bebas dari riba.	8.0	70.0	22.0		
2	Saya memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah karena marginnya tetap sampai habis masa cicilan (tidak berubah sewaktu-waktu).	9.0	76.0	15.0		
3	Saya memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dibank syariah karena margin bagi hasilnya adil dan tidak terlalu besar.	9.0	69.0	22.0		
4	Angsuran yang ditetapkan KPR di bank syariah untuk Kredit Pemilikan Rumah	8.0	72.0	20.0		

	(KPR) di bank syariah terjangkau untuk anda cicil					
5	Angsuran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rumah yangt anda pilih	8.0	61.0	26.0	5.0	
6	Angsuran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) sesuai dengan pendapatan perbulan	13.0	64.0	23.0		
7	Angsuran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah menarik untuk anda	13.0	67.0	20.0		

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Dari table diatas, terlihat bahwa jawaban responden dari variabel harga paling banyak adalah jawaban setuju (S) sebesar 76.0%, dan paling sedikit adalah tidak setuju (TS) sebesar 1.0%.

4.3.2 Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel Promosi

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi dapat dilihat pdalam tabel 4.3.2 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Promosi

No	Item Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		Jml (%)	Jml (%)	Jml (%)	Jml (%)	Jml (%)
1	Saya memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah karena iklan/promosinya cukup ramai (massive), mudah di akses (via media cetak, elektronik & internet) dan diminati banyak orang.	22.0	60.0	16.0	2.0	
2	Saya memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah karena informasi yang disampaikan pada iklan/promosi jelas, menarik dan dapat dipercaya.	20.0	60.0	17.0	3.0	
3	Saya memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah karena ada discount, subsidi uang dimuka (DP) yang cukup menarik	20.0	61.0	18.0	1.0	

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Dari tabel diatas terlihat bahwa jawaban responden dari variabel promosi paling banyak adalah jawaban setuju (S) sebesar 61.0%, dan paling sedikit adalah tidak setuju (TS) sebesar 1.0%.

4.3.3 Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel Lokasi

Tanggapan responden Terhadap Variabel Lokasi dapat dilihat dalam tabel 4.3.3 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel Lokasi

No	Item Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		Jml (%)	Jml (%)	Jml (%)	Jml (%)	Jml (%)
1	Lalu lintas di sekitar KPR di bank syariah lancar	26.0	69.0	4.0	1.0	
2	Jalan masuk ke KPR di bank syariah dari jalan raya mudah	20.0	71.0	8.0	1.0	
3	KPR pada bank syariah dilewati kendaraan umum	14.0	44.	39.0	3.0	

4	Bangunan KPR di bank syariah luas	15.0	69.0	15.0	1.0	
5	Rata-rata kecepatan kendaraan yang melewati jalan utama ke KPR pada Bank syariah antara 30-50km/jam.	15.0	44.0	31.0	9.0	1.0

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Dari tabel diatas, terlihat bahwa jawaban responden dari variabel lokasi paling banyak adalah jawaban setuju (S) sebesar 71.0%, dan paling sedikit adalah sangat tidak setuju (STS) sebesar 1.0%.

4.3.4 Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel

Minat masyarakat Menggunakan KPR di Bank Syariah

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Menggunakan KPR di Bank Syariah dapat dilihat dalam tabel 4.3.4 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel
Minat Masyarakat KPR di Bank Syariah

No	Item Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		Jml (%)	Jml (%)	Jml (%)	Jml (%)	Jml (%)
1	Margin keuntungan sangat mempengaruhi minat saya dalam menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah.	19.0	70.0	11.0		
2	Angsuran per bulan sangat mempengaruhi saya dalam menggunakan sumber Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah	20.0	71.0	9.0		
3	Promosi yang dilakukan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah sangat mempengaruhi minat anda dalam menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah	15.0	67.0	18.0		
4	Kebutuhan akan fasilitas rumah	24.0	68.0	8.0		

	yang sesuai dengan pengasilan anda mempengaruhi minat anda dalam menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah					
5	Anda mendapat kemudahan pembayaran saat mencicil angsuran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah	19.0	57.0	23.0	1.0	
6	Lokasi Rumah yang strategis mempengaruhi minat saya dalam menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah	17.0	69.0	14.0		
7	Anda puas setelah menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah	19.0	64.0	17.0		

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Dari tabel diatas, terlihat bahwa jawaban responden dari variabel keputusan menggunakan KPR di Bank Syariah paling banyak adalah jawaban setuju (S)

sebesar 71.0%, dan paling sedikit adalah tidak setuju (TS) sebesar 1.0%.

4.4 Analisis Data dan Pembahasan

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.³ Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner sesuai indikator pada variabel-variabel penelitian secara tepat. Variabel yang diuji validitasnya adalah variabel harga, variabel promosi dan variabel lokasi serta variabel minat masyarakat, dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah responden sebanyak 100 orang maka r tabel yang diperoleh sebesar 0,165 ($df = n - 2 = 100 - 2 = 98$). Untuk mengetahui tentang valid dan tidak valid dapat diketahui dengan membandingkan r hitung

³ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2011), hal. 52.

dengan r tabel. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka soal atau kuesioner tersebut dikatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka soal atau kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

Tabel 4.10
Validitas Variabel Harga, Promosi, Lokasi dan Minat masyarakat

Variabel	No.Pertanyaan	Validitas		Keterangan
		r_{hitung}	r_{tabel}	
Harga	X1p1	0,813	0.165	Valid
	X1p2	0,815	0.165	Valid
	X1p3	0,847	0.165	Valid
	X1p4	0,803	0.165	Valid
	X1p5	0,793	0.165	Valid
	X1p6	0,800	0.165	Valid
	X1p7	0,806	0.165	Valid
Promosi	X2p1	0,950	0.165	Valid
	X2p2	0,972	0.165	Valid
	X2p3	0,929	0.165	Valid
Lokasi	X3p1	0,797	0,165	Valid

	X3p2	0,867	0,165	Valid
	X3p3	0,878	0,165	Valid
	X3p4	0,853	0,165	Valid
	X3p5	0,874	0,165	Valid
Minat masyarakat	Yp1	0,684	0,165	Valid
	Yp2	0,734	0,165	Valid
	Yp3	0,836	0,165	Valid
	Yp4	0,740	0,165	Valid
	Yp5	0,772	0,165	Valid
	Yp6	0,781	0,165	Valid
	Yp7	0,786	0,165	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS 2019, Tahun 2021

Uji validitas dilakukan untuk membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$ dimana n adalah jumlah sampel dikurangi 2 ($df = 100-2 = 98$) dengan taraf signifikansi 0,10% sehingga diperoleh r tabel = 0,165. Hal ini menunjukkan bahwa semua r hitung $>$ r tabel maka semua item pertanyaan (kuesioner) tersebut dinyatakan valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari setiap item pertanyaan yang diberikan. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliabel, bila Cronbach's Alpha $> 0,60$. Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.11
Reliabilitas Variabel Harga, Promosi, Lokasi dan Minat

Masyarakat Kaduhejo dalam Menggunakan KPR

di Bank Syariah

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Harga	0,910	7	Reliabel
Promosi	0,947	3	Reliabel
Lokasi	0,897	5	Reliabel
Minat Masyarakat Menggunakan KPR pada Bank Syariah	0,879	7	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah SPSS 2019, Tahun 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien reliabilitas variabel harga sebesar 0,910, koefisien

reliabilitas variabel promosi sebesar 0,947, koefisien variabel lokasi sebesar 0,897, serta koefisien variabel minat masyarakat sebesar 0,879. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel koefisien reliabilitas $> 0,60$ maka dinyatakan reliable.

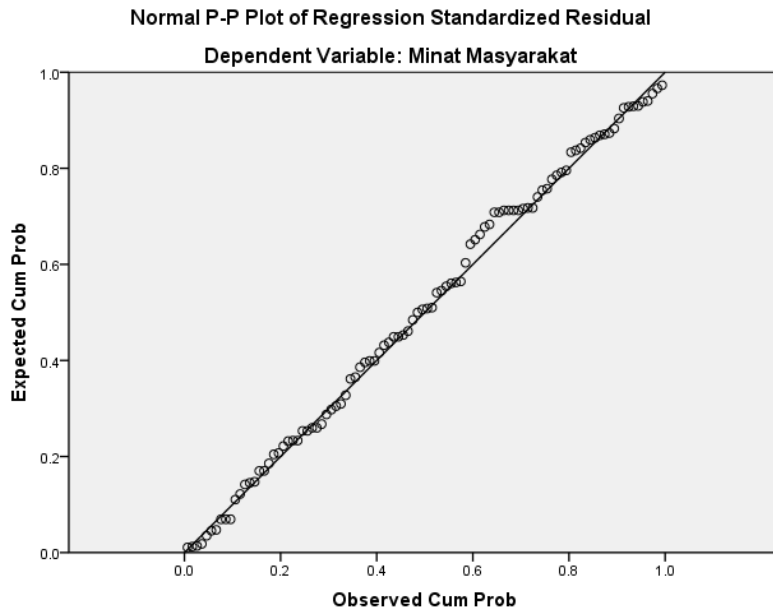
4.4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah didalam sebuah model regresi linier ordinary least square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik.

4.4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Untuk mengujinya dapat dapat menggunakan Plot yaitu apabila grafik menunjukkan penyebaran data berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 4.1



Berdasarkan gambar 4.1, grafik normal probability plot dapat diketahui bahwa sebaran titik-titik menyebar disekitar garis diagonal berarti data tersebut berdistribusi normal atau data yang didapatkan memiliki sebaran yang merata yang mewakili populasi sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik.

4.4.3.2 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi menggunakan nilai Tolerance dan VIF (Varian Inflation Factor). Asumsinya yaitu apabila nilai Tolerance < 1 maka tidak terjadi multikolinieritas, serta nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan VIF dapat dilihat pada gambar dibawah ini

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.515	2.753		3.093	.003		
	Harga	.205	.079	.212	2.587	.011	.949	1.053
	Promosi	.675	.130	.424	5.171	.000	.951	1.052
	Lokasi	.314	.087	.290	3.596	.001	.980	1.021

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

Berdasarkan tabel 4.1.1 dapat diketahui nilai tolerance variabel harga sebesar 0,949 dan nilai VIF sebesar 1,053, nilai tolerance variabel promosi sebesar 0,951 dan nilai VIF sebesar 1,052, nilai toleransi variabel lokasi sebesar 0,980 dan nilai VIF sebesar 1,021. Kesimpulannya bahwa nilai toleransi semua variabel < 1 dan nilai VIF semua variabel < 10 . Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi dinyatakan tidak terjadi multiolinieritas atau tidak ada hubungan yang kuat antara variabel bebas dengan variabel bebas lainnya didalam sebuah model regresi. Sehingga penelitian ini dapat dilakukan uji selanjutnya.

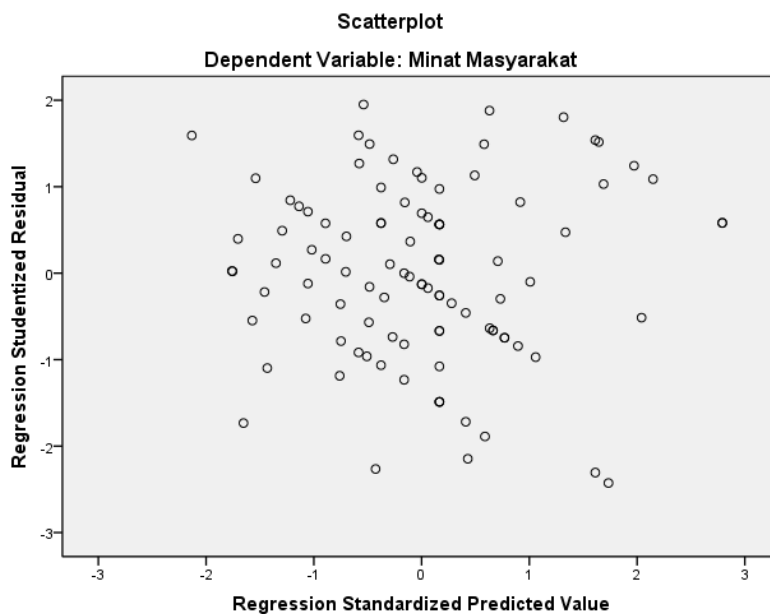
4.4.3.3 Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Dalam penelitian ini menggunakan grafik scatterplot.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Asumsinya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 2.12



Berdasarkan output SPSS pada Dari gambar 4. 1.2 diatas grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat diartikan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Dengan Rergresi berganda dapat diketahui terdapat atau tidaknya pengaruh antara Harga, Promosi dan Lokasi terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.515	2.753		3.093	.003
	Harga	.205	.079	.212	2.587	.011
	Promosi	.675	.130	.424	5.171	.000
	Lokasi	.314	.087	.290	3.596	.001

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

Dari tabel di atas dapat diketahui koefisien variabel harga sebesar 0,205, variabel promosi sebesar 0,675, dan variabel

lokasi sebesar 0,314 dengan konstanta 8.515 sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 8,515 + 0,205 (X_1) + 0,675 (X_2) + 0,314 (X_3) + e$$

Y = Variabel dependen (Minat masyarakat)

a = konstanta

X₁ = Variabel independen (Harga)

X₂ = Variabel independen (Promosi)

X₃ = Variabel independen (lokasi)

e = variabel residu

Berdasarkan persamaan regresi diatas mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan menggunakan jasa, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 8,515 menyatakan bahwa jika variabel harga, promosi dan lokasi diabaikan atau sama dengan nol maka minat masyarakat (Y) dalam

menggunakan KPR di Bank Syariah adalah sebesar 8,515.

2. Koefisien regresi dari harga (X_1) adalah sebesar 0,205. Hal tersebut menjelaskan bahwa setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka minat masyarakat (Y) dalam menggunakan KPR di Bank Syariah akan mengalami kenaikan sebesar 0,205. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah. Dengan kata lain jika harga ditingkatkan maka akan meningkatkan minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.
3. Koefisien regresi dari promosi (X_2) adalah 0,675. Hal tersebut menjelaskan bahwa setiap kenaikan promosi sebesar satu poin maka minat masyarakat (Y) dalam menggunakan KPR di Bank Syariah mengalami kenaikan sebesar 0,675. Dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat

masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank syariah. Dengan kata lain, jika promosi ditingkatkan maka akan meningkatkan minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

4. Koefisien regresi dari lokasi (X3) adalah sebesar 0,314. Jika lokasi naik satu poin maka minat masyarakat (Y) dalam menggunakan KPR di Bank Syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,314. Dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah. Dengan kata lain jika lokasi ditingkatkan maka akan meningkatkan minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

4.4.5 Uji Hipotesis

4.4.5.1 Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas terdiri dari Harga (X1), Promosi (X2), dan Lokasi

(X3) secara parsial atau pun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Minat Masyarakat (Y) Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di bank Syariah. Dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus $df = n - k = 100 - 4 = 96$.

Hasil uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.515	2.753		3.093	.003
	Harga	.205	.079	.212	2.587	.011
	Promosi	.675	.130	.424	5.171	.000
	Lokasi	.314	.087	.290	3.596	.001

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

Hasil analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Jika signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen

2. Jika signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen

Dasar keputusan:

1. Apabila t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Analisis: Nilai t tabel dengan taraf signifikansi 5% diperoleh tabel 1,66088

Pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh harga terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank syariah

H_0 = bahwa Harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah

H_a = bahwa Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah

Hasil uji t pada variabel harga (X1) diperoleh t hitung variabel sebesar 2.587 maka t hitung (2,587) > t tabel (1,66088) dengan signifikansi sebesar 0,011. Dari hasil perhitungan yang didapatkan nilai t hitung sebesar 2,587 dan nilai t tabel 1,66088. Maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel harga terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah, Artinya bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menyatakan variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat desa sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

2) Pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah

H_0 : bahwa promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah

H_a : bahwa promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah

Hasil uji t pada variabel promosi (X_2) sebesar 5,171 maka t hitung (5,171) > t tabel (1,66088) dengan signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil perhitungan yang didapat nilai t hitung sebesar 5,171 dan nilai t hitung adalah 1,66088 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel keyakinan terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank

Syariah. Artinya hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menyatakan variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

- 3) Pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah

H_0 : bahwa lokasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

H_a : bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

Hasil uji t pada variabel lokasi (X_3) sebesar 3,596 maka t hitung (3,596) > t tabel (1,66088) dengan signifikansi 0,001, dari hasil perhitungan yang didapatkan maka nilai t hitung sebesar

3,596 dan nilai t tabel adalah 1,66088 dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah. Hal tersebut menyatakan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

4.4.5.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat mempengaruhi terhadap variabel dependen⁴

⁴ Algifari, Statistika Induktif Untuk Ekonomi Dan Bisnis, (Yogyakarta: AMP YKPN, 2003), h,231.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	363,065	3	121,022	20,159	,000(a)
	Residual	576,325	96	6,003		
	Total	939,390	99			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Harga

b. Dependent Variable: Minat Masyarakat

Berdasarkan tabel Anova diperoleh nilai probabilitas (sig) sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa harga, promosi, dan lokasi terhadap minat masyarakat desa sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

Adapun cara lain untuk melihat uji F ini dapat membandingkan antara F hitung dengan F tabel.

Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df1) dengan Rumus $df1 = k-1$. Kemudian menentukan derajat bebas / degree of freedom (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus $df2 = n-k$, dimana k adalah jumlah variabel (bebas+terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini, nilai $k=4$ dan $n=100$. Maka nilai df1 dalam penelitian ini adalah $df1= 4-1=3$ dan $df2= 100-4=96$. Sehingga, dengan melihat nilai nilai pada F tabel caranya yaitu dengan $df1=3$ dan $df2 = 96$, diperoleh nilai F tabel sebesar 2,70. Selanjutnya, membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dari tabel diatas diketahui bahwa F hitung sebesar 20,159. Sehingga $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($20,159 > 2,70$). Artinya Harga, Promosi dan Lokasi bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

4.4.5.1 Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan

antara variabel independen dengan variabel dependen dalam persamaan regresi. Bagaimana kemampuan variabel X (variabel independen) mempengaruhi variabel Y (variabel dependen). Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan sebaik baik kemampuan X menerangkan Y.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,622(a)	,386	,367	2,45018

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Harga

b. Dependent Variable: Minat Masyarakat

Berdasarkan hasil output model summary di atas dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa penelitian ini memiliki nilai R^2 (R Squared) sebesar 0,386. Nilai tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel harga, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat desa sukasari dalam menggunakan KPR di bank syariah.

Besarnya nilai koefisien tersebut memiliki maksud bahwa pengaruh variabel independen yang terdiri dari Harga (X1), Promosi (X2), dan Lokasi (X3) terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat (Y) desa sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah adalah sebesar 38,6%. Sedangkan sisanya sebesar 63,3% dipengaruhi faktor lain selain dalam penelitian ini.

4.5 Pembahasan

Dalam pembahasan ini akan menguraikan mengenai data yang telah diolah dalam penelitian ini, penelitian ini melibatkan 100 orang yang menjadi responden, untuk memberikan informasi mengenai pengaruh variabel independen terdiri dari harga (X1), promosi (X2), dan lokasi (X3) terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat (Y) Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

Hasil uji validitas telah dilakukan terhadap kuesioner 100 responden dan terbukti valid, itu dapat

dibuktikan dengan r hitung dari setiap item pertanyaan (kuesioner) $>$ r tabel. Serta hasil uji reliabilitas pada penelitian ini pun terbukti reliable yang dapat dibuktikan dengan semua koefisien reliabilitas $>$ 0,60 maka semua item pertanyaan dinyatakan reliable. Selanjutnya yaitu asumsi klasik yang menyatakan semua variabel terbukti telah memenuhi asumsi klasik.

Hasil uji t (uji parsial) yang telah dilakukan pada masing-masing variabel diperoleh hasil bahwa semua variabel yang diteliti memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah. Variabel-variabel tersebut yaitu variabel harga sebesar 0,205 atau 20,5%, variabel promosi sebesar 0,675 atau 67,5%, dan variabel lokasi sebesar 0,314 atau 31,4%. Besarnya presentase tersebut menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Yaitu pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah. Hal

ini juga berarti semua variabel secara sendiri-sendiri berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

Hasil uji F (uji simultan) pada semua variabel independen diperoleh F hitung sebesar 20,159 sedangkan F tabel sebesar 2,70, hal ini berarti nilai F hitung 20,159 > F tabel 2,70 sehingga harga, Promosi dan lokasi dapat dikatakan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

Dalam penelitian ini menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,515 + 0,205 (X_1) + 0,675 (X_2) + 0,314 (X_3) + e$$

Persamaan regresi tersebut diketahui bahwa konstanta (a) sebesar 8,515 yang artinya bahwa jika tidak ada harga, promosi dan lokasi atau harga, promosi dan lokasi bernilai nol maka minat masyarakat tetap

meningkat sebesar 8,515. hal ini berarti variabel dependen yaitu minat masyarakat tidak dipengaruhi oleh variabel independen dalam penelitian ini maka minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah tetap sebesar 8.515.

Pengaruh harga terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah. Koefisien regresi sebesar 0,205 yang berarti setiap peningkatan 1 harga akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 0,205. Koefisien ini bersifat positif artinya terjadi hubungan positif diantara variabel harga dengan minat masyarakat desa sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah. Semakin meningkat harga maka minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah akan semakin bertambah. Maka dari hasil perhitungan yang didapatkan dari nilai t hitung sebesar 2,587 dan nilai t tabel adalah 1,66088. Maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank

Syariah, bahwa hipotesis variabel harga (X1) H_a diterima, yang artinya bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian dari Rezky Oktafiandi yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga, Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Pemilihan KPR BTN (Studi Kasus Nasabah Bank BTN Cabang Bekasi dengan hasil variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu Variabel harga memiliki p-value $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan $t \text{ hitung } 6,887 > t \text{ tabel } 2,00172$ sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada KPR BTN cabang Bekasi.

Hasil ini juga selaras dengan teori kotler mengenai kegiatan *marketing mix* yaitu harga, dimana harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk

sebuah produk dan jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.⁵ serta diperkuat menurut Effendi M.Guntur mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa, harga juga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang memberikan pendapatan atau pemasukan yang bersifat fleksibel).⁶ Dengan kata lain bahwa memang harga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah, dalam memilih harga diharapkan harga yang ditawarkan memiliki manfaat bagi nasabah dalam hal ini yang menggunakan KPR di Bank Syariah sehingga mereka tertarik untuk melakukan pembelian dan menggunakan KPR di Bank Syariah. Harga KPR

⁵ Philip Kotler Dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta, Erlangga, 2005)

⁶ Effendi M.Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran Membangun Citra Negara*, (Jakarta: Sagung Seto, 2010), h.281.

pada Bank Syariah di Desa Sukasari Kecamatan Kaduhejo Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten sudah terjangkau, hal ini dapat dilihat dari jawaban responden tentang pernyataan saya memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah karena marginnya bebas dari riba dengan presentase 70,0%. kemudian jawaban lain responden mengenai pernyataan tentang saya memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah karena marginnya tetap sampai habis masa cicilan (tidak berubah sewaktu-waktu) dengan presentase 76,0%. Selanjutnya pernyataan responden tentang saya memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah karena margin bagi hasilnya adil dan tidak terlalu besar dengan presentase 69,0%. Pernyataan responden tentang angsuran yang ditetapkan KPR di bank syariah untuk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah terjangkau untuk anda cicil dengan presentase 72,0. Pernyataan responden tentang angsuran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rumah yangt anda

pilih dengan presentase 61,0%. dan pernyataan responden selanjutnya tentang angsuran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) sesuai dengan pendapatan perbulan dengan presentase 64,0% dan terakhir jawaban responden tentang pernyataanAngsuran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah menarik untuk anda dengan presentase 67,0%. Dengan demikian menunjukkan memang harga yang terjangkau dan memiliki manfaat bagi pengguna KPR di Bank Syariah mempengaruhi minat masyarakat Desa Sukasari Kecamatan Cisata Kabupaten Pandeglang Provinsi banten dalam menggunakan KPR di Bank Syariah

Pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah. Koefisien regresi sebesar 0,675 yang berarti setiap peningkatan 1 promosi akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 0,675. Koefisien bersifat positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel promosi dengan variabel minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah. Semakin

meningkat promosi maka minat masyarakat akan semakin bertambah. Dari hasil perhitungan yang didapat dari t hitung sebesar 5,171 dan nilai t tabel adalah 1,66088 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah, dan hipotesis dari variabel promosi (X_2) bahwa H_a diterima, yang artinya promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

Hasil ini penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Khoirul Jadwadi yang berjudul “Pengaruh Keyakinan, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Muslim Menabung Di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan”, dengan hasil variabel promosi memiliki pengaruh yang yaitu nilai koefisien regresi sebesar 0,161 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 promosi akan meningkatkan minat masyarakat muslim sebesar 0,161 artinya terjadi hubungan positif antara variabel promosi dengan minat

masyarakat muslim, dan didapat juga nilai t hitung sebesar 5,744 dan nilai t tabel sebesar 1,66055 dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap minat masyarakat muslim menabung di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan.

Hasil Penelitian ini juga selaras dengan teori kotler mengenai kegiatan *marketing mix* yang terakhir yaitu promosi. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala kelebihan atau keunggulan-keunggulan yang dapat menarik minat calon nasabah baru.⁷ dalam hal ini nasabah KPR di Bank Syariah. strategi promosi yang dilakukan KPR Bank Syariah di daerah Desa Sukasari Kecamatan Kaduhejo Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten menggunakan berbagai media untuk mempromosikan produknya. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden tentang pertanyaan Saya memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah

⁷ Freddy Rangkuti, *Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus integrated marketing communication* ,(Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2005),h.49.

karena iklan/promosinya cukup ramai (massive), mudah di akses (via media cetak, elektronik & internet) dan diminati banyak orang dengan presentase 60,0%,kemudian jawaban lain responden mengenai pernyataan tentang saya memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah karena informasi yang disampaikan pada iklan/promosi jelas, menarik dan dapat dipercaya dengan presentase 60,0%, kemudian jawaban lain responden mengenai pernyataan responden saya memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di bank syariah karena ada discount, subsidi uang dimuka (DP) yang cukup menarik dengan presentas 61,0%. Dengan demikian menunjukkan adanya promosi melalui berbagai media dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang KPR di Bank Syariah dan keunggulannya, serta mencapai sasaran untuk semua golongan dan lapisan masyarakat, baik hal ekonomi maupun lainnya.

Pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah.

Koefisien regresinya sebesar 0,314 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 lokasi akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 0,314. Koefisien bersifat positif artinya bahwa terjadi hubungan positif antara variabel lokasi dengan minat masyarakat. Semakin bertambah lokasi maka minat masyarakat akan semakin bertambah. Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai t hitung sebesar 3,596 dan nilai t tabel adalah 1,66088 dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka dapat diartikan ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap minat masyarakat dalam menggunakan KPR di Bank Syariah, bahwa hipotesis variabel lokasi (H_a) diterima, yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR Di Bank Syariah.

Hasil ini selaras dengan hasil penelitian dari Irnawati Indi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan

Rappocini Kota Makassar)”, dengan hasil variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah, dengan nilai signifikan yang diperoleh t hitung sebesar 1,721 sedangkan t tabel 1,664, hal ini menunjukkan bahwa t hitung sebesar 1,721 lebih besar dari t tabel 1,664, hal ini menyatakan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan teori kotler mengenai konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mengatakan lokasi merupakan salah satu faktor untuk menarik minat masyarakat menjalin hubungan dengan baik.⁸ Dalam memilih lokasi tentu saja diharapkan berada pada tempat yang mudah dijangkau/strategis oleh penggunaan KPR sehingga mereka tertarik untuk menggunakan atau melakukan pembelian. Lokasi KPR pada Bank Syariah di Desa Sukasari Kecamatan Kaduhejo Kabupaten Pandeglang

⁸ Freddy Rangkuti, *Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus integrated marketing communication,.....h.50*

Provinsi Banten sudah startegis, hal ini dapat dilihat dari jawaban responden tentang pernyataan lalu lintas di sekitar KPR di bank syariah lancer dengan presentase 69,0%. Kemudian jawaban lain responden mengenai pernyataan tentang jalan masuk ke KPR di bank syariah dari jalan raya mudah dengan presentase 71,0%. Jawaban lain responden mengenai pernyataan tentang KPR pada bank syariah dilewati kendaraan umum dengan presentase 44,0%. Dan jawaban lain responden dari pernyataan tentang bangunan KPR di bank syariah luas dengan presentase 69,0%. selanjutnya jawaban responden mengenai pernyataan terakhir tentang rata-rata kecepatan kendaraan yang melewati jalan utama ke KPR pada Bank syariah antara 30-50km/jam dengan presentase 44,0%. Dengan demikian menunjukkan lokasi di KPR pada Bank Syariah di Desa Sukasari mempengaruhi minat masyarakat Desa Sukasari dalam menggunakan KPR di Bank Syariah di desa Sukasari Kecamatan Kaduhejo Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten.