

LAPORAN PENELITIAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH TABUNGAN iB SimPel PADA BANK
MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU MEDAN**



DISUSUN OLEH:

KHAIDAR RAHMAINI JAMILA, M.Sc.IBF

NIP. 199311062020122019

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN
TAHUN 2023**

**JUDUL : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN iB SimPel PADA
BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU MEDAN**

NAMA : KHAIDAR RAHMAINI JAMILA, M.Sc.IBF

NIP : 199311062020122019

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

KHAIDAR RAHMAYANI JAMILA

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN iB SimPel PADA BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU MEDAN

vii + 65 halaman, 14 tabel, 2 gambar

ABSTRAK

Lahirnya tabungan khusus anak dari beberapa bank syariah, memicu persaingan yang sangat ketat antara bank syariah, produk tabungan anak menjadi investasi jangka panjang bagi perbankan syariah. Dengan model tabungan ini, anak mengenal bank syariah sejak dini dan diharapkan terus menggunakan jasa perbankan syariah ketika dewasa. Penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu pendekatan dengan mengolah data-data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada 65 responden dengan menggunakan skala likert. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan iB Simpel pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan dan melihat variabel mana yang dominan terhadap keputusan nasabah menabung. Penelitian ini dilaksanakan pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan. Pembahasan hasil penelitian menggunakan metode analisis regresi berganda, dengan data diolah menggunakan perhitungan statistik SPSS 16,0. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi berganda dengan uji F, uji R² dan uji T. Hasil penelitian adalah sebagai berikut: pada tabel model summary menunjukkan nilai R Square sebesar 0,835 atau 83,5%, artinya bahwa variabel terikat pada keputusan nasabah memilih tabungan iB Simpel (Y) dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya mampu dijelaskan oleh variabel kualitas produk, promosi dan pelayanan (X1, X2 dan X3), sedangkan sisanya 16,5% keputusan nasabah dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar penelitian. Hasil analisis uji F yang diperoleh dari tabel ANOVA menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $102,690 > 2,76$ yang berarti variabel X (kualitas produk, promosi dan pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB Simpel. Melalui analisis uji T yang diperoleh dari tabel coefficient, masing-masing variabel X memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yakni adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas produk, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah. Dimana variabel yang paling dominan adalah variabel kualitas produk (X1) memiliki t_{hitung} yang paling tinggi yaitu sebesar $11,264 > 1,670$.

Kata Kunci: Kualitas produk, promosi dan pelayanan.

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

KHAIDAR RAHMAYANI JAMILA
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH TABUNGAN iB SimPel PADA BANK MUAMALAT
KANTOR CABANG PEMBANTU MEDAN

vii + 65 halaman, 14 tabel, 2 gambar

ABSTRACT

The birth of special savings for children from several Islamic banks has triggered very tight competition between Islamic banks, children's savings products have become a long-term investment for Islamic banking. With this savings model, children get to know Islamic banks from an early age and are expected to continue using Islamic banking services when they grow up. The research that the authors did was field research using a quantitative approach, namely an approach by processing data obtained from questionnaires distributed to 65 respondents using a Likert scale. The purpose of this study was to analyze the factors that influence the customer's decision to choose iB Simpel savings at Bank Muamalat Medan Branch Office and see which variable is dominant in the customer's saving decision. This research was conducted at Bank Muamalat Medan Branch Office. Discussion of research results using multiple regression analysis method, with data processed using statistical calculations SPSS 16.0. The analytical tools used are validity and reliability tests, multiple regression analysis with F test, R² test and T test. The results of the study are as follows: the model summary table shows an R Square value of 0.835 or 83.5%, meaning that the dependent variable in the customer's decision to choose iB Simple savings (Y) with various influencing factors, it can be explained by product quality, promotion and service variables (X1, X2 and X3), while the remaining 16.5% of customer decisions are explained by other causes outside of research. The results of the F-test analysis obtained from the ANOVA table show that $F_{count} > F_{table}$ with a value of $102.690 > 2.76$ which means that the X variable (product quality, promotion and service) has a significant effect on the customer's decision to choose iB Simpel savings. Through the analysis of the T test obtained from the coefficient table, each variable X has a value of $t_{count} > t_{table}$, namely that there is a significant influence of product quality, promotion and service on customer decisions. Where the most dominant variable is the product quality variable (X1) which has the highest tcount of $11.264 > 1.670$.

Keywords: *Product quality, promotion and service.*

SURAT REKOMENDASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa penelitia saudara:

Nama : Khaidar Rahmaini Jamila, M.Sc.IBF
NIP : 19931106 202012 2 019
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 06 November 1993
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pangkat/Gol : Penata Muda TK.I (III/b)
Unit Kerja : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
Sumatera Utara Medan
Judul Penelitian : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan iB SimPel Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan

Telah memenuhi syarat sebagai suatu karya ilmiah, setelah membaca dan memberikan masukan serta saran-saran terlebih dahulu.

Demikian surat rekomendasi ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 20 Juni 2023

Konsultan I,

Dr. Marliyah, M.Ag
NIP. 197601262003122003

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil alamin, Segala Puji Syukur atas segala karunia dan rezeki yang diberikan Allah SWT sehingga memberikan kemampuan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan laporan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan iB SimPel Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan”.

Peneliti juga memberikan ucapan terimakasih kepada rekan sejawat dan segala pihak yang memberikan bantuan dan motivasi kepada peneliti dalam proses penyelesaian laporan penelitian. Peneliti dalam hal ini masih menyadari bahwa dalam proses penyusunannya laporan ini masih memiliki kekurangan dan butuh bantuan untuk sempurna, sehingga peneliti mengharap kritik dan saran dari pembaca yang dapat membangun model penelitian terutama keputusan nasabah dalam memilih tabungan. Akhirnya, Peneliti juga mengharap semoga laporan penelitian ini dapat berguna bagi pembaca, peneliti dan pihak-pihak terkait yang membutuhkan.

Medan, 22 Juni 2023

Peneliti,

KHAIDAR RAHMAYANI JAMILA, M.Sc.IBF
NIP. 199311062020122019

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| JUDUL..... | ii |
| ABSTRAK..... | iii |
| ABSTRACT | iv |
| SURAT REKOMENDASI..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 3 |
| C. Pembatasan Masalah..... | 3 |
| D. Perumusan Masalah..... | 4 |
| E. Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 4 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN | 6 |
| A. Kajian Teoritis | 6 |
| 1. Pengertian keputusan..... | 6 |
| 2. Pengertian Pengambilan Keputusan | 6 |
| 3. Proses Pengambilan Keputusan..... | 8 |
| 4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah | 9 |
| 5. Tabungan | 15 |
| B. Hasil Penelitian Yang Relevan | 19 |
| C. Kerangka Pemikiran | 20 |
| D. Hipotesa | 20 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 21 |
| A. Pendekatan Penelitian..... | 21 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 21 |
| C. Jenis dan Sumber Data..... | 21 |
| D. Populasi dan Sampel..... | 21 |
| E. Defenisi Operasional Variabel..... | 22 |
| F. Teknik dan Intrumen Pengumpulan Data | 23 |
| G. Analisis Data..... | 24 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 29 |
| A. Temuan Penelitian | 29 |
| 1. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Medan..... | 29 |
| 2. Visi dan Misi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan..... | 31 |
| 3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan | 31 |
| 4. Kegiatan Umum Perusahaan..... | 36 |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian | 37 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 37 |
| 2. Analisis Deskriptif..... | 40 |
| 3. Uji Persyaratan Analisis | 47 |
| 4. Analisa Penulis | 54 |
| BAB V PENUTUP | 56 |
| A. Kesimpulan..... | 56 |
| B. Saran-Saran..... | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 58 |

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No. 10 tahun 1998. Dalam Undang-Undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-Undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah. Peluang tersebut ternyata disambut antusias oleh masyarakat perbankan.¹ Kemudian diperjelas dengan Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, dimana perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.²

Bisnis perbankan kini sarat dengan persaingan. Agar nasabah tetap setia menyalurkan aktivitas keuangannya pada bank syariah, diperlukan kiat bagaimana supaya mereka tetap memilih bank syariah sebagai bank kepercayaannya. Satu cara untuk menarik calon nasabah adalah dengan jalan memberikan pelayanan yang baik bagi setiap nasabah yang datang berurusan dengan bank. Artinya kualitas pelayanan bank harus dibuat sedemikian rupa, harus di atas kualitas pelayanan bank lain yang merupakan pesaing. Pelayanan yang baik itu sangat diperlukan dalam memasarkan produk dan jasa-jasa perbankan. Bila petugas bank bersikap baik pada nasabah, diharapkan nasabah akan datang kembali, menyalurkan aktivitas keuangannya pada bank. Hal ini dapat terjadi karena kebutuhannya dan mendapat perlakuan yang menyenangkan.³

Adanya persaingan antara bank syariah seperti halnya Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan dengan bank yang berada di sekitarnya yakni Bank BTN Syariah, masing-masing bank pasti akan memberikan keunggulan/perbedaan daripada produknya, misalnya pada produk tabungan anak. Produk tabungan anak menjadi investasi jangka panjang bagi perbankan syariah. Dengan model tabungan ini, anak mengenal bank syariah sejak dini dan diharapkan terus menggunakan jasa perbankan syariah ketika dewasa. Saat ini Bank

¹Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 26.

²Undang-Undang No. 21 tahun 2008 Tentang *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Fokusmedia, 2008), h. 39.

³Oka A. Yoeti, *Kiat Melayani Nasabah bank*, (Jakarta: InfoBank, 1996), h. 10.

Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan memiliki dua produk tabungan khusus kaum muda, yaitu tabungan iB Simpel untuk anak usia $1 \leq 17$ tahun, yang dilaksanakan dengan akad *mudhrabah muthlaqah* dan Tabunganku untuk usia lebih dari atau berumur 17 tahun. BTN Syariah juga memiliki produk tabungan anak yang sama yakni iB SimPel kalangan siswa PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Madrasah (MI, MTs, MA) atau sederajat dengan prinsip syariah yaitu akad “*Wadi’ah*” (Titipan), dimana merupakan titipan dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun lembaga yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendakinya, dan produk Tabunganku untuk remaja usia <17 tahun dengan menggunakan skema *wadi’ah*. Bank-bank syariah di Indonesia juga berlomba menawarkan tabungan anak dengan berbagai fitur menariknya.⁴

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (BMI) merupakan bank pertama di Indonesia yang menggunakan konsep perbankan secara Syariah. Perseroan didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah, dibuat dihadapan Yudo Paripurno, SH, Notaris, di Jakarta. Akta pendirian tersebut telah memperoleh pengesahan Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 tambahan No. 1919A. Bank Muamalat mempunyai banyak produk tabungan maupun pinjaman. Salah satunya tabungan anak seperti yang telah diuraikan di atas. Tabungan anak yang paling diminati di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan adalah tabungan iB SimPel yang khusus diperuntukkan pada anak usia $1 \leq 17$ tahun yang memiliki berbagai macam keunggulan pada produk tabungan anak, salah satunya bebas biaya pengelolaan rekening. Orang tua ataupun keluarga memiliki peran besar dalam keputusan si anak untuk membuka tabungan, karena anak belum mempunyai penghasilan sendiri. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan ini harus mengetahui perilaku nasabah dalam mempertimbangkan keputusan untuk menabung karena nasabah adalah bagian vital dunia perbankan.⁵

PT Bank Muamalat Indonesia mencatatkan sedikitnya 1.700 nasabah baru Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) iB sejak produk tabungan tersebut diluncurkan pada tahun 2015.⁶

⁴Qommarria Rostanti, “Bank Syariah Berlomba-lomba Garap Tabungan Anak”, <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi /13/05/24/ mnabsf-bank-syariah-berlomba-lomba-garap-tabungan-anak>, diakses tanggal 16/04/2023, pukul 10.00 WIB.

⁵Soejitno, Irmim, *Etika Perbankan*, (Jakarta: Batavia Press, 2004), h. 40.

⁶ Annisa, “*Tabungan SimPel Bank Muamalat Capai 1.700 Rekening*”,

Adanya pernyataan tersebut menarik perhatian peneliti untuk dikaji. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan harga yang diterapkan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan dengan bank yang berada di sekitarnya, yakni BTN Syariah. Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan biaya penggantian Buku rekening sebesar Rp. 10.000 sedangkan pada BTN Syariah hanya Rp. 5.000 dan juga adanya perbedaan pada akad yang digunakan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan iB SimPel pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti yaitu:

1. Produk-produk bank yang lengkap
2. Lengkapnya fasilitas bank yang disediakan
3. Persyaratan pembukaan rekening tabungan iB SimPel
4. Banyaknya jumlah nasabah yang tertarik dengan tabungan iB SimPel di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan pada masa awal kelahiran.
5. Banyaknya faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah iB SimPel
6. Pengaruh kualitas produk, bagi hasil, pelayanan, fasilitas fisik terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel
7. Kegiatan-kegiatan promosi yang terus menerus dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian ditetapkan agar dalam penelitian nanti terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian ini nanti tidak menyimpang dari sarasannya. Ruang lingkup penelitian dilakukan terbatas pada masalah apakah faktor kualitas produk, promosi dan pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel.

<https://finansial.bisnis.com/read/20151026/232/486112/tabungan-simpel-bank-muamalat-capai-1.700-rekening>, diakses tanggal 16/04/2023, pukul 12.00 WIB.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel di BMI Kantor Cabang Pembantu Medan?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel di BMI Kantor Cabang Pembantu Medan?
3. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih iB SimPel di BMI Kantor Cabang Pembantu Medan?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel di BMI Kantor Cabang Pembantu Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel di BMI Kantor Cabang Pembantu Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel di BMI Kantor Cabang Pembantu Medan.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Secara terperinci kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian serta menambah wawasan penulis dan untuk mengembangkan pengetahuan keilmuan khususnya di bidang Ekonomi Islam terkait dengan faktor keputusan nasabah menabung.

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi lembaga keuangan syariah khususnya bagi Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Medan untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah khususnya pada tabungan iB SimPel.

3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau rujukan tambahan untuk pengembangan ide-ide baru untuk penelitian selanjutnya yang lebih sempurna lagi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Kajian Teoritis

1. Pengertian keputusan

a. Menurut Ralph C. Davis

Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Suatu keputusan merupakan jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan. Keputusan harus dapat menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Keputusan dapat pula berupa tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula.

b. Menurut Mary follet

Keputusan adalah suatu atau sebagai hukum situasi. Apabila semua fakta dan situasi itu dapat diperolehnya dan semua yang terlibat, baik pengawas maupun pelaksana mau menaati hukumnya atau ketentuannya. Maka tidak sama dengan menaati perintah. Wewenang tinggal dijalankan tetapi itu merupakan wewenang dan hukum situasi.

c. Menurut James A. F. Stoner

Keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif. Defenisi ini mengandung 3 pengertian, yaitu:

- 1) Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan
- 2) Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik
- 3) Ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekatkan pada tujuan tersebut

d. Menurut Prof. Dr. Prajudi Atmosudirdjo, SH

Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.

Dari pengertian keputusan-keputusan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan merupakan suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan satu alternatif dari berbagai alternatif.

2. Pengertian Pengambilan Keputusan

a. Menurut George R. Terry

Pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari

dua atau lebih alternatif yang ada.

b. Menurut S. P Siagian

Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.

c. Menurut James A. F. Stoner

Pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah.

Dari pengertian pengambilan keputusan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindaklanjuti (digunakan) sebagai suatu cara pemecahan masalah.⁷

Pengambilan keputusan adalah suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah yang memiliki fungsi antara lain:

- 1) Pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara institusional maupun secara organisasional.
- 2) Sesuatu yang bersifat futuristik, artinya bersangkutan paut dengan hari depan, masa yang akan datang, dimana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama.

Sedangkan tujuan pengambilan keputusan dapat dibedakan menjadi dua yakni, tujuan yang bersifat tunggal dan tujuan yang bersifat ganda.

Agar pengambilan keputusan dapat lebih terarah, maka perlu diketahui unsur-unsur atau komponen-komponen dari pengambilan keputusan tersebut. Unsur-unsur dari pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Tujuan dari pengambilan keputusan, adalah mengetahui lebih dahulu apa tujuan dari pengambilan keputusan itu.
- 2) Identifikasi alternatif-alternatif keputusan untuk memecahkan masalah yakni mengadakan identifikasi alternatif-alternatif yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut.

⁷M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia), 2004, h. 9-11.

- 3) Perhitungan mengenai faktor-faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau diluar jangkauan manusia, yaitu suatu keadaan yang dapat dibayangkan sebelumnya, namun manusia tidak sanggup atau tidak berdaya untuk mengatasinya
- 4) Sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari suatu pengambilan keputusan, adalah adanya sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari pengambilan keputusan itu.⁸

3. Proses Pengambilan Keputusan

Secara umum konsumen mengikuti suatu proses atau tahapan dalam pengambilan keputusan. Menurut Kotler ada lima tahapan dalam pengambilan keputusan pembelian yaitu: “Pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.”

Tugas pemasar adalah memahami perilaku pembeli pada tiap-tiap tahap dan pengaruh apa yang bekerja dalam tahap-tahap tersebut. Pendirian organisasi lain, faktor situasi tidak diantisipasi, dan risiko yang dirasakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian, demikian pula tingkat kepuasan pasca pembelian konsumen dan tindakan pasca pembelian produk yang bersangkutan dan kemungkinan akan menyebarkan berita tersebut pada teman-teman mereka. Karena itu, perusahaan harus berusaha memastikan kepuasan konsumen pada semua tingkat dalam proses pembelian.

Secara rinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pengenalan masalah. Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya.
- b. Pencarian informasi. Seseorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Dapat dibedakan menjadi dua tingkat yaitu keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat. Proses mencari informasi secara aktif dimana ia mencari bahan-bahan bacaan, menelepon teman-temannya.

⁸S. Prajudi Atmosudirdjo, *Beberapa Pandangan Umum Tentang Pengambilan Keputusan (Decision Making)*, Jilid 6, Cetakan Kelima, (Jakarta: Seri Pustaka Administrasi, 1971), h. 11-14.

- c. Mengevaluasi alternatif (*alternative evaluation*). Setelah informasi yang dibutuhkan terkumpul, konsumen akan mengevaluasi alternatif mana yang dapat menyelesaikan masalahnya.
- d. Keputusan pembelian (*purchase decision*). Setelah konsumen mengevaluasi beberapa alternatif potensial yang ada, konsumen akan membuat keputusan pembelian.
- e. Evaluasi pasca-pembelian (*post-purchase evaluation*) merupakan proses evaluasi yang dilakukan konsumen tidak hanya berakhir pada tahap pembuatan keputusan pembelian. Setelah membeli produk tersebut, konsumen akan melakukan evaluasi apakah produk tersebut sesuai dengan harapannya. Dalam hal ini, terjadi kepuasan dan ketidakpuasan konsumen. Konsumen akan puas jika produk tersebut sesuai dengan harapannya dan selanjutnya akan meningkatkan permintaan akan merek produk tersebut pada masa depan. Sebaliknya, konsumen akan merasa tidak puas jika produk tersebut tidak sesuai dengan harapannya dan hal ini akan menurunkan permintaan konsumen pada masa depan.⁹

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

a. Bauran Pemasaran

Adapun cara mengenalkan produk pada BMI ini dengan melakukan bauran pemasaran yang merupakan salah satu konsep utama dalam dunia pemasaran modern yakni kumpulan alat pemasaran praktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan perusahaan dalam pasar sasaran.¹⁰ Bauran pemasaran atau yang sering disebut sebagai 4P dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu, sudut pandang penjual dan sudut pandang pembeli. Dari sudut pandang penjual, 4P merupakan perangkat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli. Sedangkan, dari sudut pandang pembeli 4P merupakan perangkat pemasaran yang dirancang untuk memberikan manfaat bagi pelanggan.¹¹ Pada penelitian ini penulis hanya mengambil beberapa variabel saja yaitu, kualitas produk, promosi dan ditambah satu variabel yakni pelayanan.

⁹Nugroho j, Setiadi, *Perilaku Konsumen (Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran)*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), h. 16-18.

¹⁰Adi, *Marketing BMI KCP Medan*, wawancara di Medan, tanggal 14 April 2023.

¹¹Philip Kotler Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12, Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 62.

1) Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya.

a) Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan segala fungsi-fungsinya, meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan untuk dioperasikan dan diperbaiki, serta atribut lain yang bernilai pada produk tersebut secara keseluruhan.

b) Dimensi Kualitas

Delapan dimensi kualitas yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas barang, yaitu:

(1) Performa (*performance*)

Berkaitan dengan aspek fungsional dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk.

(2) Keistimewaan (*features*)

Merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.

(3) Keandalan (*reliability*)

Berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu di bawah kondisi tertentu.

(4) Konformansi (*conformance*)

Berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.

(5) Daya tahan (*durability*)

Merupakan ukuran masa pakai suatu produk.

(6) Kemampuan pelayanan (*service quality*)

Merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kesopanan, kompetensi, kemudahan, serta akurasi dalam perbaikan.

(7) Estetika (*aesthetics*)

Karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subjektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi atau pilihan individual.

(8) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

Bersifat subjektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk, seperti meningkatkan harga diri.

2) Harga

Pengertian harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu barang ataupun jasa.

a) Pendekatan-Pendekatan Umum Penetapan Harga

Perusahaan-perusahaan menetapkan harga dengan memilih pendekatan penetapan harga umum yang mencakup satu atau lebih dari tiga rangkaian faktor, yaitu:

(1) Penetapan harga berdasar biaya-plus

Metode penetapan harga berdasarkan biaya-plus adalah metode penetapan harga yang paling sederhana, yaitu dengan menambahkan bagian laba (*markup*) standar ke dalam biaya produk.

(2) Penetapan harga titik impas

Menetapkan harga pada titik impas atas biaya pembuatan dan pemasaran sebuah produk atau menetapkan harga untuk menghasilkan laba sasaran.

(3) Penetapan harga berdasarkan nilai

Metode penetapan harga ini menggunakan persepsi para pembeli tentang nilai, bukan pada biaya penjual sebagai kunci dalam penetapan harga. Disini harga dipertimbangkan bersama dengan variabel-variabel bauran pemasaran lainnya sebelum program pemasaran ditetapkan. Penetapan harga bermula dari penganalisisan kebutuhan konsumen dan persepsi terhadap nilai dan harga ditetapkan supaya sesuai dengan persepsi konsumen tentang nilai.

(4) Penetapan harga berdasarkan persaingan

Bentuk penetapan harga berdasarkan persaingan adalah penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku (*going rate-pricing*), dimana perusahaan mendasarkan harga produknya terutama pada harga yang ditetapkan oleh para pesaing, dengan sedikit sekali memperhatikan biaya yang dikeluarkannya atau pun permintaan pasar.

3) Tempat

Tempat (*Place*) termaksud berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. Lokasi sering pula disebut sebagai saluran distribusi yaitu suatu perangkat organisasi yang saling tergantung dalam penyedia suatu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan. Disini penting sekali perantara memiliki saluran distribusinya. Perantara ialah sangat penting karena dalam segala hal, mereka yang berhubungan langsung dengan konsumen.¹² Lokasi kantor BMI KCP Medan ini cukup strategis berada di pinggir jalan juga ada angkutan untuk menuju kesini dan ramainya pemukiman penduduk di sekitarnya.¹³

4) Promosi

Promosi merupakan suatu program yang memberi informasi kepada konsumen mengenai keunggulan produk. Adapun promosi yang telah dilakukan BMI KCP Medan pada produk iB SimPel ialah mengadakan pameran di daerah pasar petisah juga di sekolah-sekolah.¹⁴

a) Ragam Alat Promosi

Promosi mempunyai beragam alat yang digunakan untuk meraih tujuan pemasarannya, antara lain:

(1) Periklanan

Segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi non pribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa.

(2) Promosi penjualan

Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa.

(3) Hubungan masyarakat

¹²Philip Kotler Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi12, Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga), 2006.

¹³Adi, *Marketing BMI KCP Medan*, wawancara di Medan, tanggal 14 April 2023.

¹⁴Adi, *Marketing BMI KCP Medan*, wawancara di Medan, tanggal 14 April 2023.

Membangun hubungan yang baik dengan berbagai publik perusahaan. Hal ini dicapai dengan memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun “citra korporasi”, dan menangani atau mengatasi rumor, cerita dan kegiatan-kegiatan yang tidak menguntungkan.

(4) Penjualan personal

Salah satu (atau lebih) dari berbagai aktivitas berikut ini: memprospek, berkomunikasi, melayani dan mengumpulkan informasi.

(5) Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Komunikasi langsung dengan sejumlah konsumen sasaran untuk memperoleh tanggapan langsung dari konsumen.¹⁵

b. Pelayanan

1) Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Roduksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.¹⁶

Untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut:

- a) *Tangibles*, merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi *tangibles* ini akan menumbuhkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak *image* perusahaan. Jadi yang dimaksud dengan dimensi

¹⁵Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 155-156.

¹⁶Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 86.

tangibles adalah suatu lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan komponen-komponen *tangibles* akan memfasilitasi komunikasi jasa tersebut. Komponen-komponen dari dimensi *tangibles* meliputi penampilan fisik seperti gedung, ruangan *front-office*, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan.

- b) *Reliability* (keandalan), merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.
- c) *Responsiveness* (daya tanggap), merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk di dalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.
- d) *Assurance* (jaminan), merupakan pengetahuan dan perilaku untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas

perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain

- e) *Empathy*, merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.¹⁷

5. Tabungan

Dalam perkembangan zaman, masyarakat saat ini justru membutuhkan bank sebagai tempat menyimpan uangnya. Hal ini disebabkan karena keamanan uangnya yang dibutuhkan oleh masyarakat.¹⁸ Tabungan merupakan salah satu bentuk simpanan yang diperlukan oleh masyarakat untuk menyimpan uangnya, karena merupakan jenis simpanan yang dapat dibuka dengan persyaratan yang sangat mudah dan sederhana.¹⁹

Di dalam Undang-undang perbankan No. 10 Tahun 1998 pada pasal 1 ayat 9 disebutkan bahwa yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.²⁰

a. Macam-macam tabungan

Tabungan dibagi menjadi dua macam yaitu:

1) Tabungan *Wadi'ah*

Secara etimologis, kata *wadi'ah* berasal dari *wada'a asy-syai'* jika ia

¹⁷Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 121.

¹⁸Ismail, *Manajemen Perbankan (Dari Teori Menuju Aplikasi)*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2011), h. 67.

¹⁹Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 74.

²⁰Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), h. 93.

meninggalkannya pada orang yang meninggalkan titipan. Adapun *wadi'ah* secara terminologis, yaitu pemberian kuasa oleh penitip kepada orang yang menjaga hartanya tanpa kompensasi (ganti).²¹ Landasan Hukum *Wadi'ah* terdapat dalam hadis Rasulullah berbunyi:

أَدُّ الْأَمَانَةِ إِلَيَّ مَنْ أَيْمَنَكَ وَ لَا تَخُنْ مَنْ حَانَكَ (رواه ابو داود والترمذي والحاكم)

“Serahkanlah amanat kepada orang yang mempercayai anda dan janganlah anda mengkhianati orang yang mengkhianati anda.”²²

Berdasarkan ayat dan hadis di atas, para ulama sepakat mengatakan bahwa akad *wadi'ah* (titipan) hukumnya *mandub* (disunatkan), dalam rangka tolong menolong sesama manusia. Oleh sebab itu Ibnu Qudamah (Ahli fiqh) menyatakan, bahwa sejak zaman Rasulullah sampai generasi berikutnya, *wadi'ah* telah menjadi *ijma' amali*, yaitu konsesus dalam praktek bagi umat Islam dan tidak ada orang yang mengingkarinya.

b. Pembagian *Wadi'ah* Dan Penerapannya Pada Perbankan Syariah

Secara umum terdapat dua jenis *wadi'ah*, yaitu *wadi'ah yad al-amanah* dan *wadi'ah yad dhamanah*. *wadi'ah yad al-amanah* (*trustee defostery*) *wadi'ah* jenis ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Harta atau barang yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan dan digunakan oleh penerima titipan
- 2) Penerima titipan hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang bertugas dan berkewajiban untuk menjaga barang yang dititipkan tanpa boleh memanfaatkannya.
- 3) Sebagai kompensasi, penerima titipan diperkenankan untuk membebaskan biaya kepada yang menitipkan.
- 4) Mengingat barang atau harta yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan oleh penerima titipan, aplikasi perbankan yang memungkinkan untuk jenis ini adalah jasa penitipan atau *save defosit box*.

Al-wadi'ah yad ad-dhamanah (*guarantee depository*) *wadi'ah* jenis ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

²¹Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 282.

²²As-Sayyid Sabiq, *FiqhSunnah 5*, Terj. Mujahidin Muhayan, (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2009), h.

- 1) Harta dan barang yang dititipkan boleh dan dapat dimanfaatkan oleh yang menerima titipan.
- 2) Karena dimanfaatkan, barang dan harta yang dititipkan tersebut tentu dapat menghasilkan manfaat. Sekalipun demikian tidak ada keharusan bagi penerima titipan untuk memberikan hasil manfaat kepada si penitip.

Prinsip *wadi'ah yad ad-dhamanah* inilah yang secara luas kemudian diaplikasikan dalam dunia perbankan syariah dalam bentuk produk-produk pendanaan, yaitu:

- a) Giro (*current account*) *wadi'ah*.
- b) Tabungan (*saving account*) *wadi'ah*.²³

Dalam operasionalnya penerapan prinsip *wadi'ah* ini di bank syariah tidak terlepas dari ketentuan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), yakni No. 01/DSN-MUI/IV/2000 tentang giro dan fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan.

Mengacu pada fatwa DSN tersebut, maka simpanan di bank syariah dalam bentuk tabungan *wadi'ah* ditentukan sebagai berikut, yaitu:

- a) Bersifat simpanan
- b) Simpanan dapat diambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan
- c) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali untuk pemberian (*athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Ketentuan yang disebutkan dalam DSN tersebut mengenai tabungan yang berdasarkan prinsip *wadi'ah*, pada dasarnya tidak lain adalah karakteristik dasar dari prinsip *wadi'ah* itu sendiri, yang dalam hal ini dapat dikatakan sebagai modifikasi sebagai prinsip *wadi'ah yadh al-amanah* dan *wadi'ah yad al-dhamanah*. Prinsip *wadi'ah* yang semacam ini diterapkan dalam praktik perbankan syariah di Indonesia selama ini.²⁴

2) Tabungan *Mudharabah*

Pengertian *mudharabah* secara teknis adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul mal*) menyediakan seluruh (100%) modal,

²³Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 282-284.

²⁴Cik Basir, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah (Di Pengadilan Agama & Mahkamah Syar'iyah)*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 69.

sedangkan pihak yang lainnya sebagai pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian bukan akibat kelalaian si pengelola. Landasan dasar syari'ah *al-Mudharabah* lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha.

Hal ini tampak dalam Al-Qur'ansurat Al-Jumu'ah ayat 10 yang artinya:

“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa kaum muslimin disuruh untuk melakukan upaya perjalanan usaha untuk mencari rizki di muka bumi. Tabungan *mudharabah* merupakan tabungan pemilik dana yang penyetorannya dan penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Pada tabungan *mudharabah* tidak diberikan bunga sebagai pembentukan laba bagi bank Islam tetapi diberikan bagi hasil. Adapun akad yang digunakan pada produk tabungan iB SimPel yakni *mudharabah muthlaqah*.

c. Tabungan iB SimPel

Tabungan iB SimPel adalah tabungan dalam mata uang rupiah (IDR) untuk siswa / pelajar dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Adapun keuntungan yang diperoleh ialah:

- Bebas biaya layanan bulanan
- Mendapatkan bagi hasil
- Setoran awal ringan
- Mendorong budaya menabung sejak dini

Nasabah pelajar sekolah yang memiliki PKS dengan Bank atau Nasabah walk in dengan syarat:

- Kartu Pelajar/Surat Keterangan dari sekolah/Kartu Identitas Anak
- Identitas orang tua/wali dan NPWP
- Surat Persetujuan dari orang tua/wali
- Kartu Keluarga atau Akta Kelahiran

Setoran, Saldo Minimum Dan Biaya Tabungan iB SimPel²⁵

| | |
|------|-------------------|
| Akad | <i>Mudharabah</i> |
|------|-------------------|

²⁵PT. BMI Tbk, <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-simpel> diakses pada tanggal 2-5-2023 pukul 10:14 WIB.

| | <i>Muthlaqah</i> |
|---|------------------|
| Bagi Hasil | 2 : 98 |
| Fasilitas Kartu ATM/Debit | By Request |
| Setoran Awal | Rp 1.000,- |
| Saldo minimum | Rp 1.000,- |
| Min. Setoran berikutnya | Rp 1.000,- |
| Biaya Penggantian Buku Tabungan Rusak/Hilang | Rp 10.000,- |
| Biaya Penutupan Rekening | Rp 1.000,- |
| Biaya Rekening Pasif (<i>Dormant</i>) | |
| <i>(Jika tidak ada transaksi debit/kredit selama 12 bulan, selain transaksi sistem)</i> | Rp 1.000,- |
| Biaya Administrasi/Bulan | Gratis |
| Setoran Awal | Rp 1.000,- |
| Saldo minimum | Rp 1.000,- |
| Min. Setoran berikutnya | Rp 1.000,- |
| Biaya Penggantian Buku Tabungan Rusak/Hilang | Rp 10.000,- |
| Biaya Penutupan Rekening | Rp 1.000,- |
| Biaya Rekening Pasif (<i>Dormant</i>) | |
| <i>(Jika tidak ada transaksi debit/kredit selama 12 bulan, selain transaksi sistem)</i> | Rp 1.000,- |
| Biaya Administrasi/Bulan | Gratis |

B. Hasil Penelitian Yang Relevan

Skripsi tahun 2021 oleh Irwinda, mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Yang Menabung Pada PT.Bank Mandiri Cabang Makassar Kartini”. Penelitian tersebut menggunakan 5 variabel bebas yakni, produk, promosi, tempat, proses, dan bukti fisik. Pembahasan hasil penelitian menggunakan metode analisis regresi berganda, dengan data diolah menggunakan perhitungan statistik SPSS 17,0. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang nasabah reguler Bank Mandiri yang dijumpai pada saat melakukan transaksi. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi berganda dengan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 54,3% variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, sedangkan sisanya 45,7% keputusan konsumen dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar penelitian.

Perbedaannya dengan judul yang diteliti yakni “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan iB SimPel pada PT. Bank Muamalat

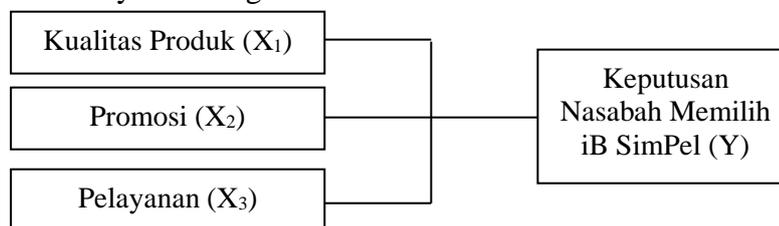
Indonesia Kantor Cabang Pembantu Medan” ialah peneliti menggunakan 3 variabel bebas yaitu kualitas produk, promosi dan pelayanan, sampel yang digunakan sebanyak 65 responden, penelitian difokuskan hanya pada satu produk tabungan khusus anak saja, yakni iB SimPel. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi berganda dengan uji F, uji t dan uji R².

C. Kerangka Pemikiran

Keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa rangsangan pemasaran seperti unsur-unsur di dalam *marketing mix* dan rangsangan lainnya seperti perekonomian, teknologi, politik dan budaya. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.²⁶

Keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel diantaranya dipengaruhi oleh kualitas produk, promosi dan fasilitas pelayanan yang ramah dan cekatan dari pegawai dalam melayani nasabah dan adanya jaminan dari lembaga penjamin simpanan atas dana yang dimiliki nasabah apabila di suatu hari terjadi hal yang tidak terduga.²⁷

Dalam kaitannya dengan uraian tersebut di atas akan disajikan kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka pemikiran

D. Hipotesa

Hipotesa adalah hasil pemikiran rasional yang dilandasi oleh teori, dalil, hukum dan sebagainya yang sudah ada sebelumnya. Hipotesa merupakan kebenaran yang masih diragukan (jawaban sementara). Karena hipotesa merupakan jawaban yang masih diragukan kebenarannya, dalam penelitian ini hipotesa yang diajukan dan akan diuji adalah sebagai berikut:

H₀ : tidak ada pengaruh kualitas produk, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel pada BMI Kantor Cabang Pembantu Medan.

²⁶Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 19.

²⁷Rahma, *Customer Service BMI KCP Medan*, wawancara di Medan, tanggal 14 April 2023.

H₁ : ada pengaruh kualitas produk, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel pada BMI Kantor Cabang Pembantu Medan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis deskriptif. Metode deskriptif merupakan jenis penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang bersumber dari subyek dan obyek penelitian. Penelitian deskriptif berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Medan, yang berlokasi di Jl. Prof. H. M. Yamin No.237, Pahlawan, Kec. Medan Perjuangan, Kota Medan, Sumatera Utara 20233. Rencana penelitian dimulai dari tanggal 08-April-2014 s/d 30-Juli-2023.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti.²⁸ Data primer bersumber dari angket yang disebarkan kepada nasabah iB SimPel di BMI Kantor Cabang Pembantu Medan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel dan melakukan wawancara kepada pihak BMI Kantor Cabang Pembantu Medan sebagai bahan tambahan.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah iB SimPel pada BMI Kantor

²⁸Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 104.

Cabang Pembantu Medan, yakni 437 orang.

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability/nonrandom sampling* atau sampel tidak acak atau sampel kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.²⁹ Uma Sekaran memberikan pedoman penentuan jumlah sampel yaitu sebaiknya ukuran sampel diantara 30 s/d 500 elemen, jika sampel dipecah lagi ke dalam subsample, jumlah minimum subsample harus 30.³⁰ Menentukan ukuran sampel menurut ketentuan Gay dan Diehl, beliau mengemukakan untuk penelitian yang sifatnya menguji hubungan diantara satu variabel atau lebih, minimal diambil 30 sampel.³¹ Berdasarkan pendapat di atas, maka penulis mengambil sampel sebanyak 65 orang nasabah pada tabungan iB SimPel di BMI cabang Medan.

E. Defenisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini ada dua variabel penelitian:

1. Variabel bebas, yaitu variabel yang nilainya tidak tergantung pada variabel lain, adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah:
 - a. Variabel kualitas produk (X_1)
Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan segala fungsi-fungsinya, indikatornya adalah daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan untuk dioperasikan dan diperbaiki, serta atribut lain yang bernilai pada produk tersebut secara keseluruhan.
 - b. Variabel promosi (X_2)
Merupakan suatu program yang memberi informasi kepada konsumen mengenai keunggulan produk. Indikatornya adalah memberikan iklan yang menarik, informasi dari mulut ke mulut, hadiah untuk setiap pembukaan rekening dengan nominal tertentu.
 - c. Variabel pelayanan (X_3)
Merupakan aktifitas yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah untuk mencapai kepuasan. Yang menjadi indikator dari faktor pelayanan yaitu, Karyawan bersikap ramah dan sopan, pelayanan yang cepat

²⁹Azhari Akmal Tarigan, *et. al.*, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Medan: La Tansa Press, 2012), h.81.

³⁰*Ibid*, h. 74.

³¹Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta, Salemba Empat, 2012), h. 100.

dalam menanggapi keluhan, fasilitas fisik, kenyamanan kondisi bank, dan peralatan yang baik, pelayanan yang baik dan tepat waktu.

2. Variabel terikat (Y), yaitu variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain. Adapun yang menjadi variabel terikat adalah keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel, yakni suatu ketentuan untuk mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasaran yang menentukan keuntungan dan keinginannya masing-masing. Indikator dari keputusan nasabah yakni, pertimbangan kualitas produk, promosi dan pelayanan.

F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang berkenaan dengan judul penelitian, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner (angket) adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden. Koesioner (angket) dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data tentang identitas responden dan variabel penelitian yaitu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel. Dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup yang berisi alternatif jawaban sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai. Angket (kuesioner) ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan total skor dari item-item pertanyaan yang sudah divalidasi. Penelitian ini menggunakan 5 skala penilaian sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju (SS) dengan bobot 5
- b. Setuju (S) dengan bobot 4
- c. Netral (N) dengan bobot 3
- d. Tidak Setuju (TS) dengan bobot 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan bobot 1

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian. Wawancara dapat dilakukan dengan tanpa daftar pertanyaan (wawancara bebas), menggunakan kerangka yang dipakai pedoman tentang apa

yang akan dinyatakan, menggunakan daftar pertanyaan. Teknik yang digunakan berupa wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan.³² Pertanyaan yang diajukan kepada pengurus BMI Kantor Cabang Pembantu Medan, khususnya pihak *costumer service* dan *marketing* yang berperan sebagai promotor untuk produk ini.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan.³³ Mengumpulkan data berupa laporan dan dokumen-dokumen yang didapat dari *staff marketing* atau majalah, brosur dan referensi lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan dari nasabah iB SimPel pada BMI cabang Medan, dengan instrumen data yang digunakan adalah kuesioner (angket).

G. Analisis Data

Analisis data merupakan tahap selanjutnya yang harus dilakukan dalam penelitian setelah dilakukan pengumpulan data, maka selanjutnya yang dilakukan adalah mengolah dan menganalisis secara bertahap data-data tersebut. Sebelum angket disebarakan terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak digunakan sebagai instrument penelitian. Valid berarti instrumen tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan reliabel berarti instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur robjek yang sama, angka penghasilan yang sama.³⁴ Uji validitas dan reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS for windows versi 16,0*.

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis statistik sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan salah satu metode analisis dengan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberi gambaran yang jelas melalui

³²Isnaini Harahap, *et. al.*, *Pedoman Praktikum SPSS & Bank Mini*, (Medan: Fakultas Syari'ah IAIN SU, 2012), h. 105.

³³*Ibid*, h. 114.

³⁴Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h.76.

pengumpulan, penyusunan dan menganalisis data sehingga dapat diketahui gambaran umum perusahaan yang sedang diteliti.

2. Uji Kesahihan Angket

Uji validitas dan reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Pengujian dilakukan dengan mengkorelasi skor butir dengan skor total menggunakan rumus korelasi *Product Moment*. Dianggap valid apabila r adalah positif dan r -hitung $>$ r -tabel, jadi apabila korelasi antara butir-butir dengan skor total kurang dari r -tabel atau negatif maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur (kuisisioner) dalam penggunaannya, dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Suatu kuesioner dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih (Nunally).

3. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Tujuannya adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel *dependent* dan variabel *independent* mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak adalah dengan analisis Grafik, yaitu dengan melihat normal *probability* plot yang dibandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plot data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

b. Uji multikolinearitas

Dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji multikolinearitas dengan SPSS ditunjukkan lewat tabel *coefficient*, yaitu pada kolom *tolerance* dan kolom *VIF* (*Variance Inflated Factors*). *Tolerance* adalah indikator seberapa banyak variabilitas sebuah variabel bebas tidak bias dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

Tolerance dihitung dengan rumus $1 - R^2$ untuk setiap variabel bebas. Jika nilai *tolerance* sangat kecil ($<0,10$), maka terjadi multikolinearitas. Nilai *VIF* merupakan *invers*

dari nilai *tolerance* (1 dibagi *tolerance*). Jika nilai $VIF > 10$, maka terjadi multikolinearitas. Koefisien korelasi antar variabel bebas kurang dari 0,5, maka tidak terdapat multikolinearitas.³⁵

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuannya adalah untuk menguji apakah kesalahan pengganggu/residual dari suatu model regresi tidak memiliki varians konstan dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Setelah data diuji dengan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik, maka pengolahan data menggunakan regresi linier berganda. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh sebuah variabel terhadap variabel yang lain dilakukan analisis regresi berganda. Analisis regresi adalah sebuah analisis yang dilakukan untuk melihat pengaruh beberapa variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.³⁶ Metode analisis ini berfungsi untuk mengetahui pengaruh antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*. Persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu:

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

Keterangan:

| | | |
|----------------|---|----------------------------|
| Y | = | keputusan nasabah |
| a | = | konstanta |
| b | = | koefisien regresi berganda |
| X ₁ | = | kualitas produk |
| X ₂ | = | promosi |
| X ₃ | = | pelayanan |
| e | = | standar error |

4. Pengujian Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*nya. Secara statistik, hal tersebut dapat diukur dengan nilai statistik t, nilai

³⁵Isnaini Harahap, *et. al.*, *Pedoman Praktikum SPSS & Bank Mini*, (Medan: Fakultas Syari'ah IAIN SU, 2012), h. 61.

³⁶*Ibid*, h. 88.

statistik F, dan koefisien determinasi. Perhitungan statistic disebut signifikan secara statistic apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

a. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (Uji R^2) diukur untuk mengetahui sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi yang biasanya diberi simbol R^2 menunjukkan hubungan pengaruh antara dua variabel yaitu variabel *independent* (kualitas produk, promosi dan pelayanan) dan variabel *dependent* (keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel) dari hasil perhitungan tertentu. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel *independent* yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel *independent*, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel *independent* ditambahkan ke dalam model.

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T Statistik)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas atau terikat secara terpisah atau parsial serta penerimaan atau penolakan hipotesa. Pengujian ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t- hitung. Masing-masing koefisien regresi dengan nilai t-tabel (nilai hitung tabel kritis) dengan tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$, dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel} (n-k-1)$, maka H_0 diterima artinya variabel *independent* (kualitas produk, promosi dan pelayanan) tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent* (keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel). Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel} (n-k-1)$, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 artinya variabel *independent* (kualitas produk, promosi dan pelayanan) berpengaruh terhadap variabel *dependent* (keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel).

c. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan dengan F_{test} ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Hasil F_{test} ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA. Hasil F_{test} ini menunjukkan variabel *independent* secara bersama-

sama berpengaruh terhadap variabel *dependent* jika *p-value* (pada kolom sig.) lebih kecil dari *level of signifikan* yang ditentukan, atau F_{hitung} (pada kolom F) lebih besar dari F_{tabel} . F_{tabel} dihitung dengan cara $df1=k-1$ dan $df2=n-k$, k adalah jumlah variabel *dependent* dan *independent*. Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha=5\%$

H_1 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha=5\%$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

1. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Medan

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (BMI) merupakan bank pertama di Indonesia yang menggunakan konsep perbankan secara Syariah. Perseroan didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah, dibuat dihadapan Yudo Paripurno, SH, Notaris, di Jakarta. Akta pendirian tersebut telah memperoleh pengesahan Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 tambahan No. 1919A.

Anggaran Dasar Bank telah beberapa kali mengalami perubahan sebagaimana terakhir perubahan Anggaran Dasar yang dirumuskan pada Akta No. 21 tanggal 9 Desember 2022 dibuat di hadapan Notaris Ashoya Ratam, S.H. M.Kn, dan pemberitahuan atas perubahan anggaran dasarnya telah diterima dan dicatat oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sesuai suratnya tertanggal 14 Desember 2022 No. AHU-AH.01.03-0326274.

BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Perseroan mulai beroperasi tanggal 1 Mei 1992/27 Syawal 1412 H dan tanggal tersebut juga ditetapkan sebagai hari lahir Perseroan. Perseroan memperoleh izin untuk beroperasi sebagai bank umum berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991 dan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan di Jakarta tanggal 24 April 1992, sebagaimana diubah dengan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 131/KMK.017/1995 tentang Perubahan Keputusan Menteri Keuangan No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan tanggal 30 Maret 1995 yang dalam keputusannya memberikan izin kepada Perseroan untuk dapat melakukan usaha sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah.

Bank Muamalat merupakan perusahaan publik yang sahamnya tidak tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan secara resmi beroperasi sebagai Bank Devisa sejak tanggal 27 Oktober 1994 berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 27/76/KEP/DIR tentang Penunjukan PT Bank Muamalat Indonesia Menjadi Bank Devisa tanggal 27 Oktober 1994. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-79/MK.03/1995 tanggal 6 Februari 1995, Perseroan secara resmi ditunjuk sebagai Bank Devisa Persepsi Kas Negara.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-9383/MK.5/2006 tanggal 28 Desember 2006, Perseroan memperoleh status Bank Persepsi yang mengizinkan Perseroan untuk menerima setoran-setoran pajak. Kemudian pada tanggal 25 Juli 2013, Perseroan telah menjadi peserta program penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan sebagaimana tercantum dalam Surat Lembaga Penjamin Simpanan No. S.617/DPMR/VII/2013 perihal Kepesertaan Lembaga Penjamin Simpanan. Perseroan lalu ditetapkan sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji berdasarkan Surat Keputusan Badan Pengelola Keuangan Haji No. 4/BPKH.00/2018 tanggal 28 Februari 2018.

BMI terus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Sukuk Subordinasi Mudharabah, Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan baru di Indonesia. Selain itu, produk Shar-e yang diluncurkan pada 2004 merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada 2011 berhasil memperoleh penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk itu menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah. Seiring kapasitas Bank yang semakin besar dan diakui, BMI kian melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan Kantor Cabang Pembantunya tidak hanya di seluruh Indonesia, akan tetapi juga di luar negeri. Pada 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka Kantor Cabang Pembantu di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank Pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 239 kantor layanan termasuk 1 (satu) Kantor Cabang Pembantu di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh

jaringan layanan yang luas berupa 568 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, 51 unit Mobil Kas Keliling.

BMI melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank Syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus merealisasikan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui, baik secara nasional maupun internasional. Kini, dalam memberikan layanan terbaiknya, BMI beroperasi bersama beberapa entitas asosiasi dan afiliasinya yaitu Al- Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, Muamalat Institute yaitu lembaga yang mengembangkan, mensosialisasikan dan memberikan pendidikan mengenai sistem ekonomi syariah kepada masyarakat, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS).

2. Visi dan Misi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan

Visi Bank BMI Kantor Cabang Pembantu Medan yaitu “Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional” dan Misi BMI ialah Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Medan

Dalam struktur organisasi BMI dibentuk oleh Dewan Pengawas Syariah yang bertugas untuk mengawasi dan menjamin operasional bisnis bank Syariah sesuai dengan prinsip-prinsip sistem ekonomi islam. Sedangkan Divisi Utama Syariah (USY) bukan merupakan anak perusahaan yang terpisah dari BMI namun berada setingkat dibawah direktur ritel, dengan struktur organisasi yang terdiri dari satu kepala perbankan syariah yang membawahi :

- a. Pengelola pengunjung bisnis
- b. Pengelola *Treasury* serta *investment*
- c. Pengelola serta pengembangan bisnis

Disamping itu unit yang langsung dibawah pimpinan divisi usaha syariah adalah:

- a. Staf Khusus (bersifat sementara)
- b. Pengelola Penyelia Cabang
- c. Bagian Umum

Adapun Struktur organisasi cabang adalah setara dengan Cabang Kelas III B dimana dalam organisasi cabang terdiri dari:

- a. Pimpinan Cabang Syariah

- 1) Menetapkan rencana kerja dan anggaran, sasaran utama dan tujuan yang akan dicapai
- 2) Menyelia (mengarahkan), mengendalikan dan mengawasi secara langsung unit-unit kerja menurut tugasnya pelayanan nasabah, pengembangan dan pengendalian usaha serta pengelolaan administrasi di lingkungan cabang dan cabang pembantu.
- 3) Memasarkan produk dan jasa-jasa BMI kepada nasabah serta menggali calon nasabah potensial dalam rangka meningkatkan bisnis dan hasil usaha serta menguasai pasar di daerah kerjanya.

- b. Wakil Pemimpin Bidang Operasional

- 1) Menyelia kegiatan pelayanan administrasi di *front office* dan *back office* dengan mengupayakan pelayanan yang optimal
- 2) Menyelia dan berpartisipasi aktif terhadap unit-unit yang dibawahinya dan memantau memastikan bahwa perbaikan/penyempurnaan atas temuan pemeriksaan/saran yang diberikan auditor.

- c. Kontrol Intern

- 1) Menyelia langsung dan berpartisipasi aktif dalam usaha pengawasan/pemeriksaan atas transaksi keuangan dan rekening.
- 2) Melakukan pemeriksaan khusus/mendadak terhadap berbagai kegiatan harian/manajemen cabang
- 3) Mempersiapkan laporan pekerjaan pada pemimpin cabang dan pemimpin divisi
- 4) Melakukan pemeriksaan terhadap administrasi dan keuangan koperasi, serikat pekerja dan dharma wanita di cabang

- 5) Mengelola dan mendistribusikan BPP (Buku Pedoman Perusahaan) serta dokumen/surat yang berkaitan dengan ketentuan tentang pelaksanaan transaksi dan kegiatan perbankan
- 6) Melaksanakan perbaikan/penyempurnaan hasil temuan audit.

d. Penyelia Unit Pemasaran Bisnis

- 1) Memasarkan produk dan jasa perbankan kepada nasabah
- 2) Mengelola permohonan pembiayaan
- 3) Melakukan pemantauan nasabah dan kolektabilitas pembiayaan
- 4) Memberikan bantuan kepada kantor besar/wilayah/cabang lain
- 5) Melayani penelitian potensi ekonomi daerah dan menyusun peta bisnis
- 6) Mengerjakan tugas lainnya yang diberikan pimpinan cabang.

Pengelola Pembiayaan

- 1) Memasarkan produk dan jasa perbankan kepada nasabah/calon nasabah
- 2) Mengelola permohonan pembiayaan ritel, pemantauan nasabah, kolektabilitas pembiayaan
- 3) Melakukan penelitian potensi ekonomi daerah dan menyusun peta bisnis
- 4) Membina hubungan saling menguntungkan dengan para debitur dan pihak sumber dana.

Asisten Pemasaran

- 1) Memasarkan dan mengelola pembiayaan standart
- 2) Membina hubungan dan memantau aktifitas nasabah *wholesale* dan *middle*
- 3) Membantu mengelola produk dan jasa perbankan, penelitian ekonomi daerah dan menyusun peta bisnis.

e. Penyelia Unit Pelayanan Nasabah

- 1) Melayani semua jenis transaksi kas/uang tunai, pemindahan dan kliring
- 2) Melayani kegiatan eksternal, *payment point*, kas mobil, kantor kas dan cabang pembantu
- 3) Mengelola kas besar
- 4) Menyediakan informasi dan melayani transaksi produk/jasa dalam negeri
- 5) Menyediakan transaksi giro, tabungan, deposito dan ONH

- 6) Menyusun data dan laporan ke Bank Indonesia/Kas Perbendaharaan Negara mengenai giro, tabungan dan deposito serta membuat laporan pajak atas dana masyarakat
- 7) Melayani permintaan, menyerahkan dan memantau permasalahan kartu ATM
- 8) Melaksanakan perbankan, penyempurnaan hasil temuan audit
- 9) Mengerjakan tugas-tugas lainnya yang diberikan pimpinan cabang

Penyelia Unit Pelayanan nasabah terbagi tiga yaitu:

- 1) Asisten Pelayanan Jasa
 - a) Melayani transaksi giro, tabungan, deposito dan ONH
 - b) Melayani permintaan, menyerahkan dan memantau permasalahan kartu ATM
 - c) Melayani permintaan pencairan margin dan deposito
 - d) Melayani informasi mengenai produk dan jasa
 - e) Melayani transaksi dalam negeri
 - f) Melayani jasa kirim uang
 - g) Melayani nasabah inti
 - h) Menyusun data dan laporan ke BI/KPKN
 - i) Melaksanakan perbaikan/penyempurnaan hasil temuan audit
- 2) Asisten pelayanan uang tunai
 - a) Melayani semua jenis transaksi kas/tunai, pemindahan dan kliring
 - b) Melayani kegiatan eksternal *payment point*, kas mobil, kantor kas dan cabang pembantu
 - c) Melaksanakan perbaikan/penyempurnaan audit
- 3) Asisten Transaksi DN/LN
 - a) Mengelola administrasi *back office* transaksi delegasi pembiayaan dan jenis DN lainnya
 - b) Melaksanakan *entry* transaksi keuangan secara kliring
 - c) Mengelola komunikasi cabang
 - d) Menyelesaikan transaksi DPT (Dana Pihak Ketiga)
 - e) Mengelola kegiatan bank operasional/persepsi untuk KPKN

f. Penyelia Unit Operasional

- 1) Melakukan verifikasi data nasabah mengenai debitur

- 2) Mengelola administrasi pembiayaan
- 3) Mengelola portebel pembiayaan
- 4) Memantau proses pemberian pinjaman
- 5) Mengelola penerbitan jaminan bank
- 6) Mengelola administrasi *back office* (*data entry* dan kliring), transaksi jasa dalam negeri

Penyelia unit operasional terbagi tiga yaitu :

- 1) Analisis Pembiayaan
 - a) Meneliti kebenaran dan kelengkapan data/informasi mengenai calon debitur dengan ketentuan manajemen pembiayaan
 - b) Menilai kewajaran laporan keuangan yang diserahkan oleh debitur
 - c) Menyiapkan PAK sesuai ketentuan pembiayaan untuk disampaikan kepada unit pemasaran bisnis sebagai bagian dari PAK lengkap
 - d) Memberikan pendapat hasil analisis berbagai aspek penilaian pembiayaan
 - e) Memantau dan menganalisis aktivitas keuangan debitur melalui riwayat pembayaran sebagai bahan masukan bagi unit pemasaran bisnis
- 2) Asisten Administrasi Pembiayaan
 - a) Mengelola administrasi pembiayaan
 - b) Mengelola portebel (*out standing* dan kondisi) pembiayaan
 - c) Memantau proses pemberian pembiayaan
 - d) Mengelola penerbitan jaminan bank
 - e) Melaksanakan perbaikan/penyempurnaan hasil temuan audit
- 3) Asisten Kliring
 - a) Melaksanakan *entry* transaksi secara kliring/pemindahan ke dalam sistem operasional bank
 - b) Melayani semua jenis transaksi kas/tunai, pemindahan dan kliring
 - c) Melaksanakan perbaikan/penyempurnaan hasil temuan audit

g. Penyelia Unit Keuangan dan Umum

- 1) Asisten Akuntansi
 - a) Mengelola komunikasi cabang
 - b) Menyelesaikan transaksi DPT (Daftar Post Terbuka)
 - c) Memantau proses pemberian pembiayaan

- d) Mengelola output dari sistem
- e) Mengelola laporan cabang
- 2) Asisten Khusus
 - a) Mengelola kebutuhan logistik
 - b) Mengelola komunikasi cabang
 - c) Mengelola sistem otomasi cabang
- h. Petugas Non Administrasi
 - 1) Membantu pengelolaan administrasi umum
 - 2) Membantu pengelolaan kegiatan logistik dan urusan kerumahtanggaan

4. Kegiatan Umum Perusahaan

Suatu perusahaan memiliki bidang kegiatan, begitu juga dengan Bank BMI Cabang Medan yang bergerak di bidang jasa perbankan mempunyai tiga jenis kegiatan utama, yaitu :

a. Produk Penghimpunan Dana

1) Tabungan Syariah Plus

Merupakan investasi tabungan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat diseluruh *outlet* BNI sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2) Tabungan Haji

Merupakan jenis investasi yang bertujuan mewujudkan niat menunaikan ibadah haji.

3) Tabungan anak

Merupakan produk simpanan dalam mata uang Rupiah berdasarkan akad *wadi'ah* yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar.

4) Deposito *Full Invest*

Merupakan jenis yang khusus bagi nasabah perorangan dengan hasil yang menarik.

5) Giro *wa'diah*

Merupakan titipan dana pihak ketiga berupa simpanan giro yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro dan pemindahbukuan.

b. Produk Pembiayaan

1) *Murabahah*

Pembiayaan dengan prinsip jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati dengan pihak bank selaku penjual dan nasabah selaku pembeli.

2) *Mudharabah*

Pembiayaan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kesepakatan, dimana bank sebagai *shahibul maal* (pemilik dana) dan nasabah sebagai pengelola dana (*mudharib*).

3) *Musyarakah*

Kerjasama perkongsian dana yang dilakukan oleh dua atau lebih anggota perkongsian dalam usaha dijalankan oleh pelaksana usaha.

4) *Ijarah*

Perjanjian antara Bank sebagai *Lessor* (yang menyewa suatu barang) dengan nasabah sebagai penyewa (*lessee*).

c. Jasa Layanan Perbankan

1) ATM (*Authomatic Teller Machine*)

2) Penukaran mata uang real di embarkasi haji

3) Pembayaran zakat, infaq dan sadaqah

4) *Payroll*, merupakan jasa yang disediakan untuk memberikan kemudahan kepada perusahaan atau instansi lainnya dalam membayarkan gaji kepada karyawannya.

5) Jasa-jasa lain, BMI juga menyediakan jasa-jasa perbankan lainnya kepada masyarakat luas, seperti transfer, *collection instruction*, bank draft, referensi bank, penyetoran pajak, dan lain-lain.³⁷

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan (angket) yang diajukan kepada responden adalah valid (*sahih*), sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat keandalan instrumen angket untuk menjadi alat pengumpul data. Pengujian validitas dilakukan dengan mencari korelasi dari setiap indikator terhadap skor totalnya dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment* dengan bantuan

³⁷Rahma, *Costumer Service* BNI Syariah Kantor Cabang Medan, wawancara di Medan, tanggal 13 Mei 2023.

software SPSS versi 16.0. Dasar pengambilan keputusan uji validitas adalah dengan membandingkan *p-value* dengan *level of significant* yang digunakan yaitu sebesar 5 %. Jika *p-value* kurang dari alpha 0,05 maka item pernyataan valid, demikian pula sebaliknya, jika *p-value* lebih besar dari alpha 0,05, maka item pernyataan tidak valid.³⁸ Berikut ini adalah hasil pengujian validitas:

Tabel 4.1:
Hasil Uji Validitas

| Variabel | Item | Korelasi | | | |
|-----------------------------------|------|----------|---------|---------|-----------|
| | | r-hitung | r-tabel | p-value | Keputusan |
| Kualitas Produk (X ₁) | 1 | 0,757 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| | 2 | 0,845 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| | 3 | 0,890 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| | 4 | 0,738 | 0,244 | 0,001 | Valid |
| | 5 | 0,341 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| Promosi (X ₂) | 6 | 0,372 | 0,244 | 0,001 | Valid |
| | 7 | 0,624 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| | 8 | 0,564 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| | 9 | 0,629 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| | 10 | 0,600 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| Pelayanan (X ₃) | 11 | 0,354 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| | 12 | 0,501 | 0,244 | 0,002 | Valid |
| | 13 | 0,625 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| | 14 | 0,603 | 0,244 | 0,002 | Valid |
| | 15 | 0,730 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| Keputusan Nasabah (Y) | 16 | 0,614 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| | 17 | 0,624 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| | 18 | 0,583 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| | 19 | 0,341 | 0,244 | 0,000 | Valid |
| | 20 | 0,258 | 0,244 | 0,000 | Valid |

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Pada tabel di atas, diketahui bahwa dari 20 item pernyataan yang digunakan untuk

³⁸Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 77.

mengukur kualitas produk, promosi, pelayanan dan keputusan memilih tabungan iB SimPel memiliki *p-value* 0,000, kurang dari 0,05. Nilai koefisien korelasi (r-hitung) berkisar diantara 0,258 sampai dengan 0,890, dan jika dibandingkan dengan r-tabel sebesar 0,244, maka koefisien korelasi (r-hitung) lebih besar dari r-tabel. Hal ini berarti bahwa masing-masing item pernyataan tersebut adalah valid. Dengan kata lain item-item pernyataan tersebut dapat mewakili atau mengukur kualitas produk, promosi, pelayanan dan keputusan memilih tabungan iB SimPel. Selanjutnya akan diteliti hasil uji reliabilitas.

Uji reliabilitas kuesioner dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi derajat ketergantungan dan stabilitas dari alat ukur. Tinggi atau rendahnya, kuat atau lemahnya korelasi dapat ditentukan berdasarkan pada besar kecilnya nilai r (koefisien korelasi).

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Mengingat alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini adalah kuesioner yang terdiri dari beberapa pernyataan, maka perlu diuji reliabilitas dari setiap variabel yang digunakan dengan melihat *cronbach's coefficient alpha* sebagai koefisien dari reliabilitas. *Cronbach's coefficient alpha* dapat diartikan sebagai hubungan positif antara pernyataan satu dengan yang lainnya. Dimana *cronbach's coefficient alpha* yang cukup dapat diterima (*acceptable*) adalah yang bernilai antara 0,60 sampai 0,70 atau lebih.³⁹ Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel penelitian, yaitu:

Tabel 4.2:
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Nilai Kritis | Cronbach Alpha | Keputusan |
|-------------------|--------------|----------------|-----------|
| Kualitas produk | 0,6 | 0,914 | Reliabel |
| Promosi | 0,6 | 0,779 | Reliabel |
| Pelayanan | 0,6 | 0,861 | Reliabel |
| Keputusan nasabah | 0,6 | 0,755 | Reliabel |

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui nilai *Cronbach Alpha* berkisar antara 0,755 sampai

³⁹*Ibid.*, h. 81.

dengan 0,914. Berdasarkan ketentuan, nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan reliabel. Dengan demikian item pernyataan kualitas produk, promosi, pelayanan dan keputusan memilih tabungan iB SimPel sudah reliabel dan dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis, karena masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6.

2. Analisis Deskriptif

a. Karakteristik Nasabah (Responden)

Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang instrumennya menggunakan kuesioner. Pemilihan sampel dilakukan secara *convenience accidental sample*, yaitu kepada siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang cocok digunakan sebagai sumber data. Responden telah lebih dulu lulus uji *screening* dengan maksud agar hasil yang diberikan dapat mewakili variabel yang ingin diukur. Responden yang cocok digunakan sebagai sampel adalah terdiri dari semua lapisan masyarakat, karena yang terpenting nasabah pengguna produk/jasa BMI Kantor Cabang Pembantu Medan. Dari total kuesioner yang disiapkan sebanyak 65, maka 65 yang disebar dan dijadikan data penelitian. Dalam memberikan pemahaman terhadap karakteristik nasabah yang termasuk dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.3:

Karakteristik Nasabah Berdasarkan Umur

| Kelompok Usia | Jumlah | Persentase |
|---------------|-----------|-------------|
| 1-3 tahun | - | - |
| 4-6 tahun | 9 | 13,9% |
| 7-9 tahun | 15 | 23,1% |
| 10-12 tahun | 19 | 29,2% |
| 13-17 tahun | 22 | 33,8% |
| Total | 65 | 100% |

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Usia nasabah lebih banyak berusia antara 13-17 tahun yaitu mencapai 22 responden (33,8%) kemudian responden yang berusia 10-12 tahun sebanyak 19 responden (29,2%), responden yang berusia 7-9 tahun sebanyak 15 responden (23,1%), sedangkan yang paling sedikit responden yang berusia 4-6 tahun sebanyak 9 responden (13,9%). Jadi, usia nasabah iB SimPel yang telah menjadi responden pada penelitian ini didominasi oleh nasabah yang berusia 13-17 tahun.

Tabel 4.4:

Karakteristik Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|-----------|-------------|
| Pria | 30 | 46,1% |
| Wanita | 35 | 53,9% |
| Total | 65 | 100% |

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Tabel 4.4 memperlihatkan bahwa jumlah responden pria dengan wanita tidak jauh berbeda, responden pria berjumlah 30 orang (46,1%) sementara responden wanita 35 orang (53,9%). Ini menunjukkan nasabah iB SimPel Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Medan didominasi oleh kaum wanita.

Tabel 4.5:

Karakteristik Nasabah Berdasarkan Agama

| Jenis Agama | Jumlah | Persentase |
|--------------------------------|-----------|-------------|
| Islam | 65 | 100,0% |
| Kristen (Protestan/Katolik) | 0 | 0,0% |
| Hindu | 0 | 0,0% |
| Budha | 0 | 0,0% |
| Total | 65 | 100% |

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Seluruh responden beragama Islam yaitu sebanyak 65 orang (100,0%) tidak ada yang beragama selain Islam.

Tabel 4.6:

Karakteristik Nasabah Berdasarkan Penghasilan Orangtua Perbulan

| Penghasilan Perbulan | Jumlah | Persentase |
|-------------------------------------|--------|------------|
| < Rp. 500.000,00 | 6 | 9,2% |
| Rp. 500.000,00 – Rp. 1.500.000,00 | 14 | 21,5% |
| Rp. 1.500.000,00 – Rp. 3.000.000,00 | 12 | 18,5% |
| Rp. 3.000.000,00 – Rp. 5.000.000,00 | 25 | 38,5% |

| | | |
|-----------------|-----------|-------------|
| > Rp. 5.000.000 | 8 | 12,3% |
| Total | 65 | 100% |

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Tingkat penghasilan perbulan nasabah yang tergolong dalam <Rp. 500.000,00 sebanyak 6 orang (9,2%), Rp. 500.000,00 – Rp. 1.500.000,00 sebanyak 14 orang (21,5%), Rp. 1.500.000,00 – Rp. 3.000.000,00 sebanyak 12 orang (18,5%), Rp. 3.000.000,00 – Rp. 5.000.000,00 sebanyak 25 orang (38,5%), dan >Rp. 5.000.000 sebanyak 8 orang (12,3%). Ini menunjukkan nasabah iB SimPel Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Medan terdiri dari berbagai tingkat ekonomi, dan tidak hanya pada golongan perekonomian tertentu semata.

b. Deskripsi Kualitas Produk

Untuk mengetahui berapa persentase yang diperoleh dari hasil jawaban responden mengenai produk tabungan iB SimPel, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7:

Distribusi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk (X₁)

| No. Pernyataan | Skor Jawaban | | | | | | | | | |
|-------------------|--------------|----|----|----|----|----|----|----|-----|---|
| | SS | | S | | N | | TS | | STS | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 11 | 17 | 34 | 52 | 11 | 17 | 7 | 11 | 2 | 3 |
| 2 | 12 | 18 | 35 | 54 | 12 | 18 | 6 | 10 | 0 | 0 |
| 3 | 9 | 14 | 37 | 57 | 10 | 15 | 7 | 11 | 2 | 3 |
| 4 | 12 | 18 | 34 | 52 | 14 | 22 | 4 | 6 | 1 | 2 |
| 5 | 16 | 24 | 33 | 51 | 14 | 22 | 2 | 3 | 0 | 0 |

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Tabel tersebut memberikan gambaran tentang kualitas produk berdasarkan tanggapan nasabah, yaitu:

- 1) Mayoritas responden menyatakan bahwa “tabungan anak di BMI memiliki kualitas produk atau manfaat yang tidak dimiliki bank lain” (pernyataan no.1). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 52% dan responden menyatakan Sangat Setuju (S) sebesar 17%, sedangkan sisanya responden menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

- 2) Mayoritas responden menyatakan bahwa “tabungan anak di BMI Kantor Cabang Pembantu Medan sesuai dengan kebutuhan anak” (pernyataan no.2). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 54% dan Sangat Setuju (S) sebesar 18%, sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 3) Mayoritas responden menyatakan bahwa “produk tabungan anak di BMI Kantor Cabang Pembantu Medan lebih terkenal dari bank lain” (pernyataan no.3). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 57% dan Netral (N) sebesar 15%, sedangkan sisanya responden menyatakan Sangat Setuju (SS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 4) Mayoritas nasabah menyatakan bahwa “produk tabungan anak di BMI Kantor Cabang Pembantu Medan memiliki design kartu ATM yang menarik” (pernyataan no.4). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 52% dan Netral (N) sebesar 22%, sedangkan sisanya menyatakan Sangat Setuju (SS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 5) Mayoritas nasabah menyatakan bahwa “tabungan iB SimPel lebih memberikan jaminan keamanan uang daripada bank lain” (pernyataan no.5). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 51% dan Netral (N) sebesar 22%, sedangkan sisanya menyatakan Sangat Setuju (SS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

c. Deskripsi promosi

Untuk mengetahui berapa persentase yang diperoleh dari hasil jawaban responden mengenai promosi yang dilakukan BMI Kantor Cabang Pembantu Medan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8:

Distribusi Jawaban Responden Mengenai Promosi (X₂)

| No. Pernyataan | Skor Jawaban | | | | |
|-------------------|--------------|---|---|----|-----|
| | SS | S | N | TS | STS |
| | | | | | |

| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
|----|----|----|----|----|----|----|---|---|---|---|
| 6 | 28 | 43 | 29 | 45 | 4 | 6 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 7 | 23 | 35 | 27 | 42 | 8 | 12 | 6 | 9 | 1 | 2 |
| 8 | 19 | 29 | 32 | 49 | 10 | 16 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 9 | 18 | 28 | 35 | 54 | 10 | 16 | 1 | 2 | 0 | 0 |
| 10 | 20 | 31 | 33 | 51 | 5 | 8 | 4 | 7 | 2 | 3 |

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Tabel tersebut memberikan gambaran tentang promosi berdasarkan tanggapan nasabah, yaitu:

- 1) Mayoritas responden menyatakan bahwa “BMI Kantor Cabang Pembantu Medan melakukan iklan yang menarik” (pernyataan no.6). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) sebesar 45% dan Sangat Setuju (SS) sebesar 43%, sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 2) Mayoritas responden menyatakan bahwa “BMI Kantor Cabang Pembantu Medan sering mengadakan pameran” (pernyataan no.7). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) sebesar 42% dan Sangat Setuju (SS) sebesar 35%, sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 3) Mayoritas responden menyatakan bahwa “melakukan promosi melalui penyebaran brosur” (pernyataan no.8). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) sebesar 49% dan Sangat Setuju (SS) sebesar 29%, sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 4) Mayoritas responden menyatakan bahwa “penyamapian informasi dari mulut ke mulut” (pernyataan no.9). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 54% dan sangat Setuju (SS) sebesar 28%, sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 5) Mayoritas responden menyatakan bahwa “BMI Kantor Cabang Pembantu Syariah menyediakan banyak hadiah” (pernyataan no.10). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 51% dan Sangat Setuju (SS) sebesar 31%, sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

d. Deskripsi pelayanan

Untuk mengetahui berapa persentase yang diperoleh dari hasil jawaban responden mengenai pelayanan yang diberikan BMI Kantor Cabang Pembantu Medan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9:

Distribusi Jawaban Responden Mengenai Pelayanan (X₃)

| No. Pernyataan | Skor Jawaban | | | | | | | | | | Jumlah | |
|-------------------|--------------|----|----|----|---|----|----|---|-----|---|--------|-----|
| | SS | | S | | N | | TS | | STS | | | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 11 | 17 | 26 | 42 | 65 | 5 | 8 | 0 | 0 | 1 | 2 | 65 | 100 |
| 12 | 38 | 58 | 22 | 34 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 65 | 100 |
| 13 | 30 | 46 | 28 | 43 | 7 | 11 | 0 | 0 | 0 | 0 | 65 | 100 |
| 14 | 30 | 46 | 28 | 43 | 4 | 6 | 3 | 5 | 0 | 0 | 65 | 100 |
| 15 | 18 | 28 | 38 | 58 | 7 | 11 | 2 | 3 | 0 | 0 | 65 | 100 |

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Tabel tersebut memberikan gambaran tentang pelayanan berdasarkan tanggapan nasabah, yaitu:

- 1) Mayoritas responden menyatakan bahwa “Karyawan memberikan pelayanan yang ramah, sopan santun dan beretika” (pernyataan no.11). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 65% dan Sangat Setuju (SS) sebesar 26%, sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 2) Mayoritas responden menyatakan bahwa “Kondisi antrian di BMI lebih terkendali dari bank lain” (pernyataan no.12). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Sangat Setuju (SS) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 58% dan Setuju (S) sebesar 34% sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 3) Mayoritas responden menyatakan bahwa “Karyawan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, sesuai dan terpercaya” (pernyataan no.13). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Sangat Setuju (SS) sebesar 46% dan Setuju (S) sebesar 43% sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

- 4) Mayoritas responden menyatakan bahwa “Ketelitian petugas dalam mencatat setiap transaksi yang diinginkan” (pernyataan no. 14). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan sangat Setuju (SS) sebesar 46% dan Setuju (S) sebesar 43%, sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 5) Mayoritas responden menyatakan bahwa “Fasilitas di BMI Kantor Cabang Pembantu Syariah yang memadai (Komputer, AC, TV, mesin ATM dll)” (pernyataan no.15). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 58% dan Sangat Setuju (SS) sebesar 28%, sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

e. Deskripsi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan iB SimPel

Untuk mengetahui berapa persentase yang diperoleh dari hasil jawaban responden mengenai keputusan nasabah memilih produk tabungan iB SimPel, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10:

Distribusi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Nasabah (Y)

| No. Pernyataan | Skor Jawaban | | | | | | | | | |
|-------------------|--------------|----|----|----|----|----|----|---|-----|---|
| | SS | | S | | N | | TS | | STS | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 16 | 12 | 18 | 40 | 62 | 11 | 17 | 2 | 3 | 0 | 0 |
| 17 | 13 | 20 | 43 | 66 | 8 | 12 | 1 | 2 | 0 | 0 |
| 18 | 15 | 23 | 41 | 63 | 9 | 14 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 19 | 19 | 29 | 36 | 56 | 8 | 12 | 2 | 3 | 0 | 0 |
| 20 | 14 | 22 | 38 | 58 | 6 | 9 | 5 | 8 | 2 | 3 |

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Tabel tersebut memberikan gambaran tentang keputusan nasabah memilih berdasarkan tanggapan nasabah, yaitu:

- 1) Mayoritas responden menyatakan bahwa “Adanya inisiatif untuk menjadi nasabah tabungan iB SimPel karena kebutuhan” (pernyataan no.16). Hal ini

dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 62% dan Sangat Setuju (SS) sebesar 18%, sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

- 2) Mayoritas responden menyatakan bahwa “Telah melakukan pencarian informasi terlebih dahulu atas tabungan anak yang diinginkan sebelum menjadi nasabah iB SimPel” (pernyataan no. 17). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 66% dan Sangat Setuju (SS) sebesar 20% sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 3) Mayoritas responden menyatakan bahwa “Nasabah merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain” (pernyataan no. 18). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 63% dan Sangat Setuju (SS) sebesar 23% sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 4) Mayoritas responden menyatakan bahwa “Tenaga pemasar selalu menawarkan produk-produk baru kepada nasabah” (pernyataan no. 19). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 56% dan Sangat Setuju (SS) sebesar 29% sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- 5) Mayoritas responden menyatakan bahwa “Orangtua nasabah telah menjadi nasabah di BMI Kantor Cabang Pembantu Medan pada produk lain yang ditawarkan oleh BMI” (pernyataan no. 20). Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Setuju (S) lebih dari setengah jumlah responden, yaitu mencapai 58% dan Sangat Setuju (SS) sebesar 22% sedangkan sisanya menyatakan Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

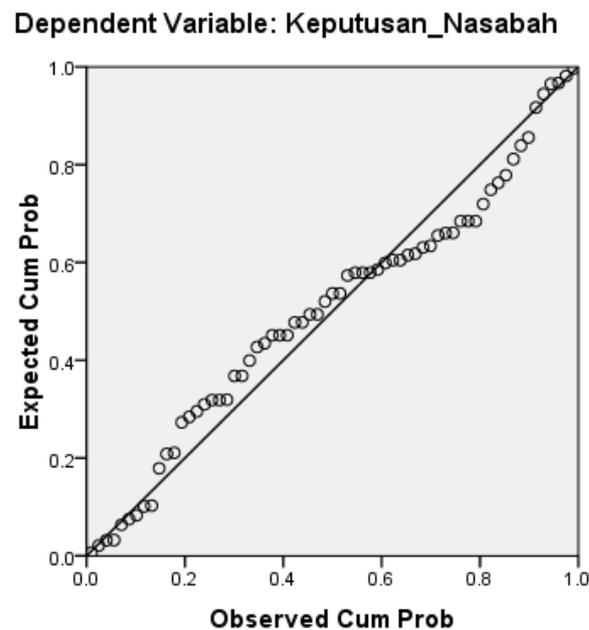
3. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas, tujuannya adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel *dependent* dan variabel *independent* mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak adalah dengan analisis Grafik,

yaitu dengan melihat normal *probability* plot yang dibandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plot data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

P-plot terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar berada digaris lurus diagonalnya, hal ini dapat menunjukkan bahwa model residual ini berdistribusi pada model regresi. Sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan nasabah berdasarkan kualitas produk, promosi dan pelayanan.

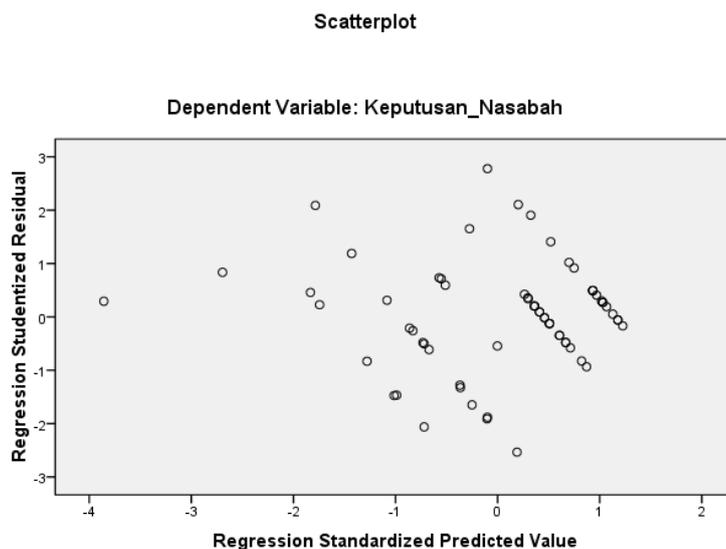
b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak random (acak). Residual pada heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar.

Heteroskedastisitas dapat terjadi karena dinamika lingkungan dari data

variabel yang sulit diidentifikasi pada saat membuat model regresi sehingga muncul asumsi bahwa regresi sebaiknya terbebas dari heteroskedastisitas. Berikut adalah asumsi heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar *scatterplot* di bawah ini, satu regresi dapat dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu. Tampak pada output di bawah ini diagram pencar residual tidak membentuk suatu pola tertentu. Sehingga kesimpulannya regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas dan memenuhi persyaratan asumsi klasik tentang heteroskedastisitas.



Gambar 4.2 Scatterplot

2) Uji multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dideteksi pada model regresi apabila pada variabel terdapat pasangan variabel bebas yang saling berkorelasi kuat satu sama lain. Disamping itu, multikolinearitas dapat menyebabkan fluktuasi yang besar pada prediksi koefisien regresi dan juga dapat menyebabkan penambahan variabel *independent* yang tidak berpengaruh sama sekali. Variabel yang tidak menyebabkan multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.⁴⁰

Tabel 4.11:
Hasil Uji Multikolinearitas

⁴⁰Isnaini Harahap, *et. al. Pedoman Praktikum SPSS & BANK MINI* (Medan, Fakultas Syari'ah, 2012), h. 61.

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 1.184 | 1.267 | | .934 | .354 | | |
| Kualitas_Produk | .659 | .059 | .683 | 11.264 | .000 | .738 | 1.355 |
| Promosi | .070 | .031 | .124 | 2.236 | .029 | .885 | 1.130 |
| Pelayanan | .227 | .042 | .311 | 5.375 | .000 | .808 | 1.238 |

a. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor (VIF)* juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dimana variabel kualitas produk memiliki nilai VIF 1,355, variabel promosi memiliki VIF 1,130 dan variabel pelayanan memiliki nilai VIF 1,238. Begitu juga dengan nilai *tolerance* pada tabel di atas pada kualitas produk, promosi dan pelayanan memiliki nilai tolerance >0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

3) Uji Regresi Berganda

a) Pengujian Ketetapan Perkiraan (uji R²)

Analisis regresi adalah salah satu jenis analisis parametrik yang dapat memberikan dasar untuk memprediksi serta menganalisis varian. Sedangkan tujuan analisis regresi secara umum adalah menentukan garis regresi berdasarkan nilai konstanta dan koefisien regresi yang dihasilkan, mencari korelasi bersama-sama antara variabel terikat dan menguji signifikansi pengaruh antara variabel bebas dan terikat.

Tabel 4.12:

Pengujian Ketetapan Perkiraan (uji R²)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .914 ^a | .835 | .827 | .65193 |

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Kualitas_Produk

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .914 ^a | .835 | .827 | .65193 |

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2014.

Dari hasil output di atas tersebut memiliki nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai $R=0,914$ dan R^2 sebesar $0,835$ artinya variabel terikat pada keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel mampu dijelaskan sebesar $83,5\%$ dan sisanya ($16,5\%$) dijelaskan oleh variabel lainnya di luar variabel yang digunakan.

Kolom *standard error of the estimate* (SEE) yang terdapat pada model summary^b merupakan *output* yang berfungsi untuk melihat seberapa besar prediksi dari tingkat kesalahan dari model regresi berganda yang ada. Dimana jika nilai SEE semakin kecil maka prediksi yang dilakukan terhadap variabel *dependent* akan semakin baik. Disimpulkan bahwa dari model regresi berganda layak dipakai untuk penelitian, karena sebagian variabel terikat dijelaskan oleh variabel bebas yang digunakan model.

b) Pengujian Parsial (Uji T Statistik)

Uji T dapat dilihat pada tabel *coefficient^a* adalah bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Uji T tersebut dibutuhkan untuk menguji seberapa besar variabel bebas yakni kualitas produk, promosi dan pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel.

Tabel4.13:

Coefficient^a Uji Parsial (T Statistik)

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|---|------|-------------------------|-----|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |

| | | | | | | | |
|-----------------|-------|-------|------|--------|------|------|-------|
| (Constant) | 1.184 | 1.267 | | .934 | .354 | | |
| Kualitas_Produk | .659 | .059 | .683 | 11.264 | .000 | .738 | 1.355 |
| Promosi | .070 | .031 | .124 | 2.236 | .029 | .885 | 1.130 |
| Pelayanan | .227 | .042 | .311 | 5.375 | .000 | .808 | 1.238 |

a. Dependent Variable:
Keputusan_Nasabah

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima atau variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak atau variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS 16,0 diperoleh hasil kualitas produk memiliki nilai statistik (t-hitung) sebesar 11,264 dan probabilitas (Sig.) sebesar 0,000. Sementara harga t-tabel untuk jumlah data pengamatan sebanyak 65 dengan taraf signifikansi 5% dan $dk = n - 4 = 61$, diperoleh t tabel sebesar 1,670. Jika harga t-hitung dibandingkan dengan harga t-tabel, maka diperoleh bahwa:

$X_1 : 11,264 > 1,670$: H_0 ditolak dengan menerima H_1

$X_2 : 2,236 > 1,670$: H_0 ditolak dengan menerima H_1

$X_3 : 5,375 > 1,670$: H_0 ditolak dengan menerima H_1

Jika dibandingkan dengan probabilitas (Sig.), diperoleh sebagai berikut:

$X_1 : 0,000 < 0,05$: H_0 ditolak dengan menerima H_1

$X_2 : 0,029 < 0,05$: H_0 ditolak dengan menerima H_1

$X_3 : 0,000 < 0,05$: H_0 ditolak dengan menerima H_1

Ketentuan untuk menerima atau menolak hipotesis tersebut menggunakan kriteria yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan menerima H_0 . Sedangkan jika menggunakan probabilitas, jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan menolak H_1 , sedangkan jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_1 . Hal ini berarti kualitas produk, promosi dan pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan taraf signifikansi 95%, atau $\alpha = 0,05$. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh kualitas produk, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel pada BMI Kantor Cabang Pembantu Medan.

H_1 : Ada pengaruh kualitas produk, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah

memilih tabungan iB SimPel pada BMI Kantor Cabang Pembantu Medan.

Berdasarkan pada uji parsial dari variabel bebas kualitas produk, promosi dan pelayanan, maka variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel adalah kualitas produk dengan memiliki T_{hitung} sebesar $11,264 > T_{tabel}$ 1,670

Dari hasil uji T di atas, maka hasil model regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,184 + 0,659Kp + 0,070Pr + 0,227Ply + e$$

Arti dari regresi berganda yang diperoleh:

1. Nilai konstanta sebesar 1,184, ini menunjukkan bahwa apabila kualitas produk, promosi dan pelayanan diabaikan maka keputusan nasabah sebesar 1,184
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,659, ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan. Artinya jika setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan, maka skor kecenderungan keputusan nasabah memilih tabunagn iB SimPel akan meningkat sebesar 0,659, dengan asumsi variabel lain nilainya tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,070, ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan. Artinya jika setiap peningkatan promosi sebesar 1 satuan, maka skor kecenderungan keputusan nasabah memilih tabunagn iB SimPel akan meningkat sebesar 0,070, dengan asumsi variabel lain nilainya tetap.
4. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,227, ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan. Artinya jika setiap peningkatan pelayanan sebesar 1 satuan, maka skor kecenderungan keputusan nasabah memilih tabunagn iB SimPel akan meningkat sebesar 0,227, dengan asumsi variabel lain nilainya tetap.

c) Pengujian secara serempak (uji F statistik)

Uji F adalah bertujuan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk uji F dapat dilihat dari tabel Anova sebagai berikut:

Tabel 4.14:
Hasil Uji Secara Serempak (Uji F)
ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 130.935 | 3 | 43.645 | 102.690 | .000 ^a |
| | Residual | 25.926 | 61 | .425 | | |

| | | | | |
|-------|---------|----|--|--|
| Total | 156.862 | 64 | | |
|-------|---------|----|--|--|

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

Sumber: Kuesioner, Data diolah penulis, 2023.

Berdasarkan tabel di atas, pada tabel ANOVA diperoleh nilai $F_{hitung} 102,690 > F_{tabel} 2,76$, artinya signifikan ($df1 = 4-1= 3$ dan $df2 = 65-4= 61$) dengan nilai $p-value$ 0,000 yang berarti bahwa secara keseluruhan besarnya pengaruh yang diberikan kualitas produk, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel adalah signifikannya $0,000 < 0,05$ yang berarti pengaruh kualitas produk, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel adalah sangat signifikan.

Berdasarkan hasil pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa profitabilitas $<0,05$ yang berarti H_0 ditolak yang menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel pada BMI Kantor Cabang Pembantu Medan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 65 responden yang merupakan nasabah iB SimPel BMI Kantor Cabang Pembantu Medan adanya bukti untuk menerima H_1 yakni adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, promosi dan pelayanan dengan keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel.

4. Analisa Penulis

Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu, kualitas produk, promosi dan pelayanan sebagai variabel bebas dan keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh dari pengisian kuesioner, dengan jumlah sampel 65 orang nasabah iB SimPel.

Pada penelitian ini yang ingin dilihat adalah pengaruh kualitas produk, promosi dan pelayanan sebagai variabel bebas dan keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel sebagai variabel terikat. Dalam analisis *R Square* diperoleh angka 0,835 artinya 83,5% variabel *dependent* keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel dapat dijelaskan oleh variabel *independent* kualitas produk, promosi dan pelayanan.

Secara serempak variabel kualitas produk, promosi dan pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel dibuktikan dari tabel 4.14 bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel berdasarkan uji T dimana $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($11,264 > 1,670$) sedangkan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis

(H₁) terbukti, artinya secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel. Variabel promosi berdasarkan uji T dimana $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,236 > 1,670$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,02 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis (H₁) terbukti, artinya secara parsial variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel. Variabel pelayanan berdasarkan uji T dimana $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,375 > 1,670$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis (H₁) terbukti, artinya secara parsial variabel pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel.

Hasil di atas menunjukkan bahwasannya secara bersamaan kualitas produk, promosi dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel dan kualitas produk merupakan variabel yang paling mempengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel dibuktikan dengan T_{hitung} sebesar 11,264.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab IV, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam analisis *R Square* diperoleh angka 0,835 artinya 83,5% variabel *dependent* keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel dapat dijelaskan oleh variabel *independent* kualitas produk, promosi dan pelayanan.
2. Secara serempak variabel kualitas produk, promosi dan pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel berdasarkan uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($102,690 > 2,76$) sedangkan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis (H_1) terbukti, artinya semakin baik kualitas produk, promosi dan pelayanan maka semakin meningkat keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel.
3. Secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel berdasarkan uji T dimana $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($11,264 > 1,670$) sedangkan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis (H_1) terbukti, artinya secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel. Variabel promosi berdasarkan uji T dimana $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,236 > 1,670$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,029 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis (H_1) terbukti, artinya secara parsial variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel. Variabel pelayanan berdasarkan uji T dimana $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,375 > 1,670$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis (H_1) terbukti, artinya secara parsial variabel pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel. Dari hasil uji T pada keempat variabel bebas tersebut terlihat bahwa variabel kualitas produk adalah yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel.

B. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, saran-saran yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang berpengaruh dominan adalah kualitas produk. Oleh karena itu BMI Kantor Cabang Pembantu Medan sebaiknya meningkatkan kualitas produk dan fasilitas-fasilitas lainnya yang mendukung variabel produk tersebut. Peningkatan

kualitas tersebut dapat berupa peningkatan keistimewaan (*features*) produk khususnya tabungan anak, menambahkan lebih banyak fitur yang menarik, memperindah *design* kartu ATM sesuai dengan kesukaan anak-anak masa kini, yang akan membedakan produk BMI tersebut dengan bank lain.

2. BMI Kantor Cabang Pembantu Medan sebaiknya tidak mengabaikan promosi dan pelayanan karena terbukti bahwa kesemuanya secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB SimPel.
3. Dengan segala keterbatasan dalam penelitian ini, peneliti yang berminat untuk mengkaji tentang tabungan anak dalam ruang lingkup yang berbeda, disarankan untuk meneliti lebih banyak variabel atau variabel-variabel lain selain daripada variabel dalam penelitian ini yang mempunyai pengaruh sangat kuat terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal Tarigan, Azhari, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Medan: La Tansa Press, 2012.
- Antonio, Muhammad Syafi'I, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Atmosudirdjo, S. Prajudi, *Beberapa Pandangan Umum Tentang Pengambilan Keputusan (Decision Making)*, Jilid 6, Cetakan Kelima, Jakarta: Seri Pustaka Administrasi, 1971.
- Basir, Cik, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah (Di Pengadilan Agama & Mahkamah Syar'iyah)*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2000.
- Griffin, Ricky, *Manajemen, jilid I*, Jakarta: Erlangga, 2004.
- Harahap, Isnaini, *Pedoman Praktikum SPSS & Bank Mini*, Medan: Fakultas Syari'ah IAIN SU, 2012.
- Hasan, M. Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004
- Irmim, Soejitno, *Etika Perbankan*, Jakarta: Batavia press, 2004.
- Ismail, *Manajemen Perbankan (Dari Teori Menuju Aplikasi)*, Jakarta: Kencana Media Group, 2011.
- _____, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Rajawali Press, 2012).
- _____, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12, Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2006
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah (Fiqh Muamalah)*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Sabiq, As-Sayyid, *Fiqh Sunnah 5*, Terj. Mujahidin Muhayan, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2009.
- Sanusi, Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Setiadi, Nugroho j, *Perilaku Konsumen (Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran)*, Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Siagian P, *Sistem Informasi Untuk pengambilan Keputusan*, Jakarta: Haji Masagung, 1990.
- Yoeti, Oka A, *Kiat Melayani Nasabah bank*, Jakarta: infoBank, 1996.
- Undang-Undang No. 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Jakarta: Fokusmedia, 2008.
- PT. BMI is a subsidiary of PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk,

<http://www.BMIyariah.co.id/produk/bni-syariah-tabungan-anak>, diakses tanggal 16/04/2023, pukul 10:14 WIB.

Rostanti, Qommarria, “*Bank Syariah Berlomba-lomba Garap Tabungan Anak*”, <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi / 13 / 05 / 24 / mnabsf-bank-syariah-berlombalomba-garap-tabungan-anak>, diakses tanggal 16/04/2023, pukul 10.00 WIB.

Lampiran 1. ANGKET/KUESIONER



ANGKET/KUESIONER

I. PENGANTAR

- ✓ Terima kasih sebelumnya penulis ucapkan atas kesediaan Saudara/i untuk mengisi angket/koesioner ini
- ✓ Daftar pertanyaan ini diajukan untuk diisi sesuai dengan keadaan dan pendapat anda. Kerahasiaan identitas anda akan dijamin.
- ✓ Tandai jawaban responden dengan memberikan tanda silang pada pilihan jawaban yang tersedia
- ✓ Terima kasih atas kerja samanya

II. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Alamat :

Umur :

Jenis Kelamin : laki-laki perempuan

Agama : Islam Hindu

Kristen (Protestan/ Katolik) Budha

Penghasilan Orang Tua Perbulan :

< Rp. 500.000,00

Rp. 500.000,00 – Rp. 1.500.000,00

Rp. 1.500.000,00 – Rp. 3.000.000,00

Rp. 3.000.000,00 – Rp. 5.000.000,00

> Rp. 5.000.000,00

Pendidikanterakhir : SD SLTP/MTS SLTA/MAN

III. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (✓) pada kolom yang saudara/I pilih, dengan keterangan jawaban sebagai

berikut:

- Sangat Setuju (SS) : sangat sesuai dengan kondisi yang dialami
 Setuju (S) : sesuai dengan kondisi yang dialami
 Netral (N) : netral
 Tidak Setuju (TS) : tidak sesuai dengan kondisi yang dialami
 Sangat tidak Setuju (STS) : sangat tidak sesuai dengan kondisi yang dialami

| Variabel X ₁ (Kualitas Produk) | | | | | | |
|---|--|----|---|---|----|-----|
| No. | Pernyataan | SS | S | N | TS | STS |
| 1. | Anda menabung di Bank Muamalat karena tabungan anak di BMI memiliki kualitas produk atau manfaat yang tidak dimiliki bank lain | | | | | |
| 2. | Anda menabung di Bank Muamalat karena produk tabungan anaknya sesuai dengan kebutuhan anak | | | | | |
| 3. | Anda menabung di Bank Muamalat karena merasa tabungan iB SimPel lebih memberikan jaminan keamanan uang daripada bank lain | | | | | |
| 4. | Anda menjadi nasabah pada produk iB SimPel di Bank Muamalat karena memiliki design kartu ATM yang menarik | | | | | |
| 5. | Anda menjadi nasabah pada produk iB SimPel karena produknya lebih dikenal oleh masyarakat kota Medan | | | | | |

| Variabel X ₂ (Promosi) | | | | | | |
|-----------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| 6. | Anda menjadi nasabah pada produk iB SimPel karena Bank Muamalat melakukan iklan yang menarik | | | | | |
| 7. | Anda menjadi nasabah pada produk iB SimPel karena Bank Muamalat sering mengadakan pameran | | | | | |
| 8. | Anda menjadi nasabah pada produk iB SimPel | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| | karena Bank Muamalat melakukan promosi melalui penyebaran brosur | | | | | |
| 9. | Anda menjadi nasabah pada produk iB SimPel karena informasi dari mulut ke mulut | | | | | |
| 10. | Anda menjadi nasabah pada produk iB SimPel karena Bank Muamalat menyediakan banyak hadiah | | | | | |
| Variabel X₃ (Pelayanan) | | | | | | |
| 11. | Anda menjadi nasabah pada produk iB SimPel karena pelayanannya ramah, sopan santun dan beretika | | | | | |
| 12. | Anda menjadi nasabah pada produk iB SimPel karena kondisi antrian Bank Muamalat lebih terkendali dari bank lain | | | | | |
| 13. | Anda menjadi nasabah pada produk iB SimPel karena pelayanan cepat, tepat, sesuai dan terpercaya | | | | | |
| 14. | Anda menjadi nasabah pada produk iB SimPel karena ketelitian petugas dalam mencatat setiap transaksi yang anda inginkan | | | | | |
| 15. | Anda menjadi nasabah pada produk iB SimPel karena fasilitas yang memadai (Komputer, AC, TV, mesin ATM dll) | | | | | |

| Variabel Y (Keputusan Nasabah) | | | | | | |
|---------------------------------------|--|----|---|---|----|-----|
| No. | Pernyataan | SS | S | N | TS | STS |
| 1. | Anda mempunyai inisiatif untuk menjadi nasabah tabungan iB SimPel karena kebutuhan anda | | | | | |
| 2. | Anda melakukan pencarian informasi terlebih dahulu atas tabungan anak yang anda inginkan sebelum menjadi nasabah iB SimPel | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 3. | Nasabah merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain | | | | | |
| 4. | Tenaga pemasar selalu menawarkan produk-produk baru kepada nasabah | | | | | |
| 5. | Orangtua nasabah telah menjadi nasabah di BMI Kantor Cabang Pembantu Medan pada produk lain yang ditawarkan oleh Bank Muamalat | | | | | |

Lampiran 2. Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk

| No. Responden | Kualitas Produk (X ₁) | | | | | TOTAL |
|---------------|-----------------------------------|----|----|----|----|-------|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 6 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 8 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 9 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 13 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 14 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 17 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 24 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 25 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 27 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 28 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 17 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 29 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 31 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 33 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| 34 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 35 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 38 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 39 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 41 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 42 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 44 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 45 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 48 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 49 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 51 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 56 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 57 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 59 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 60 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 63 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 64 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |

Lampiran 3. Jawaban Responden Tentang Promosi

| No. Responden | Promosi (X ₂) | | | | | TOTAL |
|---------------|---------------------------|----|----|----|----|-------|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | |
| 1 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 21 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 2 | 20 |
| 6 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 20 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| 9 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 10 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 11 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 19 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 13 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 14 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 15 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 20 |
| 16 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 17 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 20 |
| 18 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 20 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 21 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 20 |
| 22 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 23 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 18 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 25 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 23 |
| 26 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 27 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 21 |
| 28 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 29 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 30 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 15 |
| 31 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| 32 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 |
| 33 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 34 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 35 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 |
| 36 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 37 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 22 |
| 38 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 |
| 39 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 21 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 40 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 19 |
| 41 | 4 | 2 | 3 | 4 | 1 | 14 |
| 42 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 43 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| 44 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 45 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 46 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 47 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 21 |
| 48 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 49 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 53 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 54 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 21 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 57 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 23 |
| 58 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 59 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 60 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 61 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| 62 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 23 |
| 63 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 64 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 65 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 19 |

Lampiran 4. Jawaban Responden Tentang Pelayanan

| No. Responden | Pelayanan (X ₃) | | | | | TOTAL |
|---------------|-----------------------------|----|----|----|----|-------|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | |
| 1 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 16 |
| 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 6 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 8 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 9 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 11 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 21 |
| 12 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 22 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 14 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 15 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 16 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 |
| 19 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 21 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 23 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 17 |
| 25 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 27 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 28 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 19 |
| 29 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 30 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 21 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 35 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 22 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 37 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 38 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 39 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 41 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 44 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 45 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 22 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 22 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 48 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 50 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 51 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 53 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 54 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 55 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 56 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 57 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 59 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 21 |
| 60 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 61 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 63 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 64 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |

Lampiran. 5 Jawaban Responden Tentang Keputusan Nasabah Memilih

Tabungan iB SimPel

| No. Responden | Keputusan Nasabah (Y) | | | | | TOTAL |
|---------------|-----------------------|----|----|----|----|-------|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 22 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 22 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 8 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 9 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 13 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 14 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 19 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 21 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 24 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 25 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 27 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 28 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 29 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 30 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 31 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 33 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 36 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 37 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 39 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 41 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 42 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 44 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 45 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 22 |
| 46 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 22 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 48 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 51 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 56 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 57 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 59 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 60 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 62 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 64 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |

Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X

Correlations

| | Item _1 | Item _2 | Item _3 | Item _4 | Item _5 | Item _6 | Item _7 | Item _8 | Item _9 | Item _10 | Item _11 | Item _12 | Item _13 | Item _14 | Item _15 | item _tota l | |
|------------|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|------------|
| Item _1 | Pearson Correlati on Sig. (1- tailed) N | 1 65 | .507* * 65 | .176 65 | .129 65 | .214* 65 | .225* 65 | .010 65 | .210* 65 | .328* * 65 | .072 65 | .170 65 | .114 65 | -.041 65 | .082 65 | .059 65 | .434 ** |
| Item _2 | Pearson Correlati on Sig. (1- tailed) N | .507* * 65 | 1 65 | .254* 65 | .270* 65 | .123 65 | -.065 65 | .064 65 | .359* * 65 | .119 65 | .163 65 | .197 65 | .118 65 | -.023 65 | -.005 65 | .060 65 | .422 ** |
| Item _3 | Pearson Correlati on Sig. (1- tailed) N | .176 65 | .254* 65 | 1 65 | .348* * 65 | .189 65 | .107 65 | .147 65 | .196 65 | .227* 65 | .303* * 65 | .357* * 65 | .251* 65 | .218* 65 | .141 65 | .268* 65 | .555 ** |
| Item _4 | Pearson Correlati on Sig. (1- tailed) N | .129 65 | .270* 65 | .348* * 65 | 1 65 | .193 65 | -.064 65 | .046 65 | .162 65 | -.063 65 | -.063 65 | .131 65 | .276* 65 | .201 65 | .262* 65 | .286* 65 | .375 ** |
| Item _5 | Pearson Correlati on Sig. (1- tailed) N | .214* 65 | .123 65 | .189 65 | .193 65 | 1 65 | .163 65 | .115 65 | .256* 65 | .154 65 | .257* 65 | .341* * 65 | .468* * 65 | .164 65 | .128 65 | .190 65 | .529 ** |
| Item _6 | Pearson Correlati on Sig. (1- tailed) N | .225* 65 | -.065 65 | .107 65 | -.064 65 | .163 65 | 1 65 | .397* * 65 | .180 65 | .307* * 65 | .230* 65 | .256* 65 | -.013 65 | .094 65 | -.125 65 | -.116 65 | .398 ** |
| Item _7 | Pearson Correlati on Sig. (1- tailed) N | .010 65 | .064 65 | .147 65 | .046 65 | .115 65 | .397* * 65 | 1 65 | .149 65 | .358* * 65 | .553* * 65 | .169 65 | -.065 65 | .033 65 | -.060 65 | -.005 65 | .488 ** |
| Item _8 | Pearson Correlati on | .210* 65 | .359* * 65 | .196 65 | .162 65 | .256* 65 | .180 65 | .149 65 | 1 65 | .235* 65 | .190 65 | .148 65 | .043 65 | .081 65 | -.067 65 | .074 65 | .500 ** |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|--------|
| | Sig. (1-tailed) | .047 | .002 | .059 | .099 | .020 | .075 | .119 | | .030 | .065 | .119 | .365 | .260 | .298 | .280 | .000 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| Item_9 | Pearson Correlation | .328* | .119 | .227* | -.063 | .154 | .307* | .358* | .235* | 1 | .387* | .166 | .118 | .099 | .173 | .130 | .567** |
| | Sig. (1-tailed) | .004 | .173 | .034 | .308 | .110 | .006 | .002 | .030 | | .001 | .093 | .174 | .216 | .084 | .152 | .000 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| Item_10 | Pearson Correlation | .072 | .163 | .303* | -.063 | .257* | .230* | .553* | .190 | .387* | 1 | .184 | .035 | .206* | .082 | .152 | .582** |
| | Sig. (1-tailed) | .284 | .097 | .007 | .309 | .019 | .033 | .000 | .065 | .001 | | .072 | .391 | .050 | .259 | .113 | .000 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| Item_11 | Pearson Correlation | .170 | .197 | .357* | .131 | .341* | .256* | .169 | .148 | .166 | .184 | 1 | .121 | .307* | .233* | .330* | .579** |
| | Sig. (1-tailed) | .087 | .058 | .002 | .149 | .003 | .020 | .090 | .119 | .093 | .072 | | .169 | .006 | .031 | .004 | .000 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| Item_12 | Pearson Correlation | .114 | .118 | .251* | .276* | .468* | -.013 | -.065 | .043 | .118 | .035 | .121 | 1 | .070 | .161 | .138 | .359** |
| | Sig. (1-tailed) | .183 | .175 | .022 | .013 | .000 | .459 | .304 | .365 | .174 | .391 | .169 | | .290 | .100 | .137 | .002 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| Item_13 | Pearson Correlation | -.041 | -.023 | .218* | .201 | .164 | .094 | .033 | .081 | .099 | .206* | .307* | .070 | 1 | .356* | .457* | .419** |
| | Sig. (1-tailed) | .373 | .428 | .041 | .054 | .096 | .227 | .398 | .260 | .216 | .050 | .006 | .290 | | .002 | .000 | .000 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| Item_14 | Pearson Correlation | .082 | -.005 | .141 | .262* | .128 | -.125 | -.060 | -.067 | .173 | .082 | .233* | .161 | .356* | 1 | .461* | .356** |
| | Sig. (1-tailed) | .259 | .483 | .131 | .017 | .154 | .161 | .317 | .298 | .084 | .259 | .031 | .100 | .002 | | .000 | .002 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| Item_15 | Pearson Correlation | .059 | .060 | .268* | .286* | .190 | -.116 | -.005 | .074 | .130 | .152 | .330* | .138 | .457* | .461* | 1 | .469** |
| | Sig. (1-tailed) | .321 | .317 | .015 | .010 | .065 | .178 | .484 | .280 | .152 | .113 | .004 | .137 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----|
| Item | Pearson | .434* | .422* | .555* | .375* | .529* | .398* | .488* | .500* | .567* | .582* | .579* | .359* | .419* | .356* | .469* | 1 |
| total | Correlation | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Sig. (1-tailed) | .000 | .000 | .000 | .001 | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .002 | .000 | .002 | .000 | |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 65 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 65 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| | |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .914 | 5 |

Reliability Statistics

| | |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .779 | 5 |

Reliability Statistics

| | |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .861 | 5 |

Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y

Correlations

| | | Item_1 | Item_2 | Item_3 | Item_4 | Item_5 | item_total |
|------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|
| Item_1 | Pearson Correlation | 1 | .254* | .270* | .123 | .026 | .552** |
| | Sig. (1-tailed) | | .021 | .015 | .165 | .419 | .000 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| Item_2 | Pearson Correlation | .254* | 1 | .348** | .189 | .384** | .707** |
| | Sig. (1-tailed) | .021 | | .002 | .066 | .001 | .000 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| Item_3 | Pearson Correlation | .270* | .348** | 1 | .193 | .142 | .624** |
| | Sig. (1-tailed) | .015 | .002 | | .062 | .130 | .000 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| Item_4 | Pearson Correlation | .123 | .189 | .193 | 1 | .234* | .539** |
| | Sig. (1-tailed) | .165 | .066 | .062 | | .030 | .000 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| Item_5 | Pearson Correlation | .026 | .384** | .142 | .234* | 1 | .625** |
| | Sig. (1-tailed) | .419 | .001 | .130 | .030 | | .000 |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| item_total | Pearson Correlation | .552** | .707** | .624** | .539** | .625** | 1 |
| | Sig. (1-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 65 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 65 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .755 | 5 |

Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Berganda dan Uji Persyaratan analisis

Regression

Variables Entered/Removed^b

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|--|-------------------|---------|
| 1 | Pelayanan, Promosi, Kualitas_Produk ^a | | . Enter |

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .914 ^a | .835 | .827 | .65193 |

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 130.935 | 3 | 43.645 | 102.690 | .000 ^a |
| | Residual | 25.926 | 61 | .425 | | |
| | Total | 156.862 | 64 | | | |

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

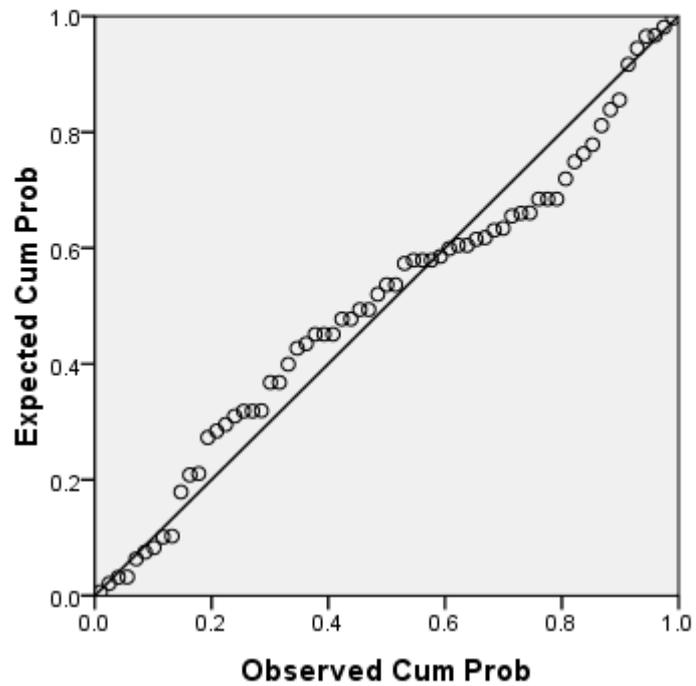
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 1.184 | 1.267 | | .934 | .354 | | |
| | Kualitas_Produk | .659 | .059 | .683 | 11.264 | .000 | .738 | 1.355 |
| | Promosi | .070 | .031 | .124 | 2.236 | .029 | .885 | 1.130 |
| | Pelayanan | .227 | .042 | .311 | 5.375 | .000 | .808 | 1.238 |

a. Dependent Variable: Keputusan_Nasabah

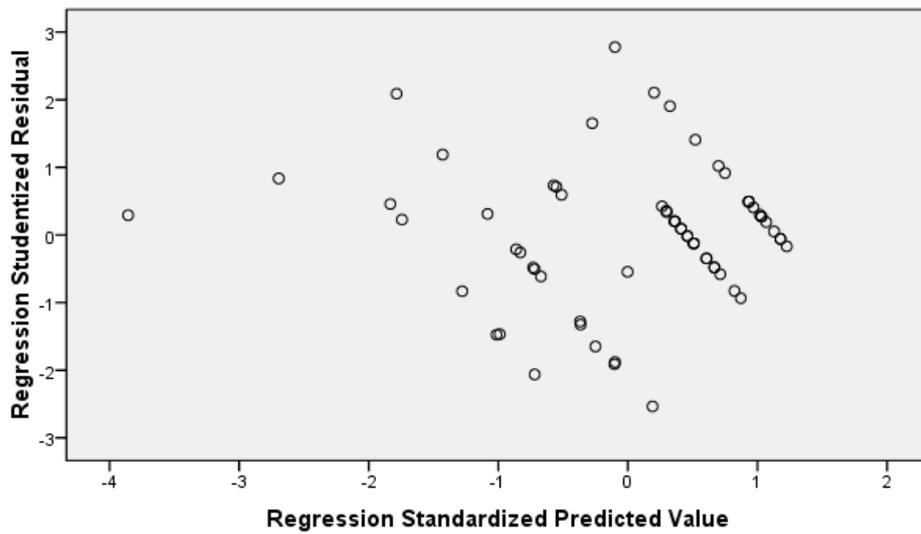
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan_Nasabah



Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan_Nasabah



Lampiran 9

Daftar Pertanyaan Wawancara Dengan Marketing BMI KCP Medan

1. Bagaimanakah cara pengenalan produk-produk BMI KCP Medan kepada para calon nasabah?
2. Bagaimanakah cara memasarkan produk khusus tabungan iB Tunas Hasanah?
3. Apa ada kendala atau hambatan yang sering didapatkan pada saat memasarkan produk iB Tunas Hasanah?
4. Bagaimanakah sistem atau strategi promosi yang dilakukan BMI KCP Medan?
5. Bagaimanakah strategi penempatan kantor BMI KCP Medan?

Daftar Pertanyaan Wawancara Dengan CS BMI KCP Medan

1. Faktor apa yang mendorong para calon nasabah ingin membuka tabungan khususnya iB Tunas hasanah ini?
2. Bagaimana pelayanan yang diberikan BMI KCP Medan kepada para nasabahnya?
3. Bagaimana sikap ibu jika menghadapi nasabah yang banyak menuntut?
4. Apa saja syarat-syarat untuk pembukaan rekening tabungan khususnya iB Tunas Hasanah?
5. Apa saja yang memfasilitasinya?
6. Usia berapa tahun yang mendominasi produk tabungan iB Tunas Hasanah ini?