

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi objek penelitian

1. Profil Bank Jatim Cabang Syariah Kediri

Unit Usaha Syariah atau Bank Jatim Syariah (BJS) didirikan berdasarkan Surat Bank Indonesia Nomor 9/7/DS/Sb tanggal 4 April 2007 perihal : Persetujuan Prinsip Pendirian Unit Usaha Syariah (UUS), pembukaan kantor cabang syariah dan anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS) serta Surat Bank Indonesia Nomor 9/148/DPIP/Sb tanggal 24 juli 2007 perihal : Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah. Operasional BJS diresmikan pada hari selasa tanggal 21 Agustus 2007 bertepatan tanggal 8 Syaban 1428 H. Selama tujuh tahun beroperasi, BJS telah hadir dengan banyak melakukan pengembangan dan inovasi guna memberikan layanan finansial yang terbaik sesuai kebutuhan nasabah melalui beragam produk dengan prinsip syariah.

Operasional BJS diresmikan pada hari selasa tanggal 21 Agustus 2007 bertepatan tanggal 8 Sayban 1428 H. Dalam perjalananya selama tujuh tahun beroperasi BJS telah hadir dengan dengan banyak melakukan pembangunan dan inovasi guna memberikan layanan financial yang terbaik sesuai kebutuhan nasabah melalui beragam produk dengan prinsip syariah

Sepanjang tahun 2014, BJS telah menambah sejumlah jaringan kantor baru, yaitu 2 kantor cabang di Kediri dan di Malang; 2 kantor cabang pembantu di Madiun dan Jember. Selain itu dalam tahun 2015 terdapat penambahan jaringan berupa peningkatan status cabang pembantu Gresik dan Madiun sebagai kantor cabang pendirian 5 kantor cabang pembantu di Blitar, Jombang, Surabaya Utara, Surabaya Barat dan Surabaya Timur; penambahan 50 kantor layanan syariah dan 6 ATM.

Dengan ekspansi jaringan tersebut, akhir tahun 2014 BJS memiliki 5 kantor cabang, 10 kantor cabang pembantu, 97 kantor layanan syariah dan 6 ATM. Sebagai lembaga keuangan yang terpercaya.

Bank Jatim Cabang Syariah Kediri didirikan dan resmi beroperasi pada tanggal 17 Januari 2014, yang beralamatkan di Jalan Diponegoro No. 50B. Kemudian untuk penambahan cabang pembantu BJS Kediri yang terletak di kota Blitar Jl. Kalimantan Ruko kav. 8-9 Sananwetan, berdiri pada tanggal 16 Februari 2015. Bank Jatim Syariah membangun karakter Sumber Daya Insani (SDI) dengan prinsip luhur yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW yaitu insan BJS yang beriman, cerdas, amanah, jujur, berkomunikasi dengan baik. Pribadi demikian diharapkan akan memiliki empati dan berorientasi hasil yang sepenuhnya mengutamakan layanan focus kepada nasabah. Kami menyebut karakter tersebut dengan BJS FASTER (*Fathonah, Amanah, Sidiq, Tabligh, Empati, dan Result Oriented*).

2. Visi dan Misi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk

a. Visi :

Menjadi “Bank Regional Terbaik”.

b. Misi :

- 1) Meningkatkan Pangsa Pasar.
- 2) Meningkatkan Profesionalisme, memiliki integritas yang tinggi, dan berorientasi pada kebutuhan pasar.
- 3) Memberikan nilai yang optimal bagi pemangku kepentingan (*stake holder*) dan pemagku saham (*share holder*).
- 4) Memfasilitasi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- 5) Mendorong pertumbuhan ekonomi Jawa Timur.⁶³

3. Struktur Organisasi Bank Jatim Capem Syariah Blitar

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------|
| a. Pimcapem | : Fatimatus Suhro. |
| b. Pjs. Penyelia Pembiayaan | : Halim Dwi Kusuma. |
| c. Staff Analis Pembiayaan 1 | : Muhammad Fatoni Suharto. |
| d. Staff Analis Pembiayaan 2 | : Galih Suprpto. |
| e. Staff Admin Pembiayaan | : Fahmi Firmansyah. |
| f. Staf Umum dan Akuntansi | : Alfi Nur Laila. |
| g. Staff <i>Service Assistant</i> | : Rini Pertiwi |
| h. Staff Teller | : Dini Perdana Astuti |

⁶³ www.bankjatim.co.id

- i. *Marketing* : Ida Elisa Aprilia
- j. *Driver* : Susminto Yusuf
- k. *Security 1* : Faruq Al Abrar
- l. *Security 2* : Radik Risky Saputra
- m. *Security 3* : Finsa Nugroho
- n. *Pramubakti* : Moch. Fachrul Irfandi

4. Produk – Produk Bank Jatim Capem Syariah Blitar

Adapun Produk-Produk dari Bank Jatim Capem syariah Blitar adalah sebagai berikut:

a. Produk Dana

1) Giro Amanah

Penyimpanan dana dengan menggunakan prinsip *Wadiah Yad adh dhamanah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek atau bilyet giro.

2) Tabungan Haji Amanah

Tabungan yang digunakan untuk mewujudkan niat dan langkah untuk menunaikan haji.

3) Tabungan Barokah

Tabungan dengan prinsip bagi hasil (*mudharabah*) antara bank jatim syariah dengan nasabah sesuai nisbah yang telah disepakati, yang penarikannya bisa dilakukan setiap saat yang diakses melalui ATM yang

tersebar di seluruh nusantara melalui jaringan ATM Prima maupun ATM Bersama.⁶⁴

4) TabunganKu

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersamaan oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Jenis tabungan ini menggunakan prinsip *Wadiah adh dhamanah* dimana simpanan nasabah diperlakukan sebagai titipan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat.

5) Deposito Barokah

Simpanan dengan prinsip *mudharabah mutlaqah*, sebagai investasi berjangka dengan nisbah yang telah disepakati.

6) Tabungan Simpel Ib

Merupakan tabungan pelajar dibawah usia 17 tahun dan belum memiliki KTP yang diterbitkan secara bersamaan oleh perbankan Indonesia untuk menumbuhkan budaya menabung sejak dini bagi kalangan pelajar Indonesia.

⁶⁴ www.bankjatim.co.id

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan Modal Kerja

Merupakan jenis pembiayaan yang diperuntukkan bagi mereka yang memiliki usaha yang sudah berjalan kurang lebih 2 tahun dan ingin meningkatkan jumlah produksi namun terhambat dalam urusan permodalan. Pembiayaan modal kerja dilakukan selama 1 tahun namun dapat diperpanjang sesuai dengan kesepakatan antara bank dengan nasabah. Akad yang digunakan menggunakan prinsip *murabahah*, *qardh*, *mudharabah*, dan *musyarakah*.⁶⁵

2) Pembiayaan investasi

Pembiayaan untuk keperluan pembelian barang-barang yang digunakan untuk keperluan investasi dengan menggunakan prinsip *murabahah*, *ijarah muntahiyah bi tamlik (IMBT)* serta *qardh*.

3) Pembiayaan Konsumtif

Pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menggunakan prinsip *murabahah*, *ijarah muntahiyah bi tamlik (IMBT)* serta *qardh*.

4) Pembiayaan KPR iB Barokah

Jenis pembiayaan konsumtif jangka pendek, menengah atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal baik baru maupun

⁶⁵ www.bankjatim.co.id

second di lingkungan *developer* maupun non *developer* dengan sistem *murabahah*.

5) Kafalah

Bank garansi/jaminan bank yang digunakan untuk jaminan penawaran, jaminan pelaksanaan, dan jaminan pemeliharaan.

6) Multiguna Syariah

Fasilitas pembiayaan yang diberikan bank kepada nasabah yang mempunyai penghasilan tetap dengan akad *murabahah*.

7) Umroh iB Maqbula

Pembiayaan yang diberikan kepada nasabah yang akan melakukan perjalanan umroh dengan angsuran tetap sampai dengan jangka waktu pembiayaan.

8) Pembiayaan kepada koperasi dan koperasi kepada anggota (PKD/PKPA)

Pembiayaan modal kerja dan atau pembiayaan investasi yang diberikan bank kepada koperasi, baik koperasi primer maupun koperasi sekunder, yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan koperasi sebagai lembaga, maupun untuk disalurkan kepada anggotanya dengan pola *line facility* dan pencairan bertahap.

c. Produk Jasa

1) Transfer/kiriman uang melalui SKN serta Bank Indonesia-*Real Time Gross Settlement* (BI-RTGS)

2) Referensi Bank dan jasa perbankan lainnya

- 3) Transfer antar Bank melalui ATM⁶⁶

5. Kegiatan Bank Jatim Capem Syariah Blitar

Berikut bagian-bagian pelayanan di Bank Jatim Cabang Syariah Blitar :

a. Dewan Pengawas Syariah

Bertugas memberikan nasihat dan saran kepada direksi serta mengawasi legalitas syariah agar sesuai dengan prinsip syariah.

b. Pemimpin Cabang Bank Jatim Syariah

- 1) Memastikan terselenggaranya pelaksanaan prinsip-prinsip GCG dalam setiap kegiatan usaha pada seluruh tingkatan.
- 2) Melaksanakan pengawasan terhadap pelaksanaan tugas dan tanggungjawab Manajer secara berkala maupun sewaktu-waktu, serta memberikan nasihat kepada Manajer.
- 3) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab secara independen.
- 4) Menjalankan fungsi tugasnya sesuai pedoman dan tata tertib kerja.
- 5) Mengkoordinasi dan menetapkan rencana kerja tahunan Capem, agar selaras dengan visi, misi Bank Jatim Capem Syariah Blitar.
- 6) Mengendalikan dan mengevaluasi pelaksanaan rencana kerja Capem, untuk memastikan tercapainya target Capem yang telah ditetapkan, secara tepat waktu.

⁶⁶ www.bankjatim.co.id

- 7) Menetapkan kebutuhan dan strategi pengembangan SDI di Capem untuk memastikan jumlah dan kualifikasi SDI sesuai dengan strategi Bank.
- 8) Melakukan analisa SWOT terhadap kondisi Capem setiap bulan dalam rangka menetapkan posisi Capem terhadap posisi pesaing di wilayah kerja setempat.
- 9) Menilai, memutuskan dan melegalisasi kegiatan non operasional Capem.
- 10) Mengkoordinasikan seluruh sarana dan kegiatan untuk mencapai target yang telah ditetapkan dan disepakati sejalan dengan visi, misi dan sasaran kegiatan kerja.

c. Pelayanan Nasabah

- 1) Memberikan informasi, memperkenalkan serta menawarkan produk Bank Jatim Syariah kepada nasabah atau calon nasabah atau calon nasabah, seperti tabungan iB, tabunganKu, Giro Amanah, Deposito Barokah, dll
- 2) Melayani sesuai kebutuhan seperti kegiatan pembukaan rekening koran, informasi saldo nasabah, pembukaan kartu ATM, mencetak dan menjual buku cek/bilyet giro, penggantian buku tabungan, dll
- 3) Melayani keluhan nasabah yang berkaitan dengan produk Bank Jatim Syariah

- 4) Memelihara dan mengadministrasi semua file data atau rekening-rekening nasabah Bank Jatim Syariah
- 5) Melakukan monitor atas deposito yang akan jatuh tempo dan mengonfirmasi nasabah pemilik deposito tersebut.
- 6) Mencetak bukti perpanjangan deposito serta memastikan bagi hasil deposito yang diberikan sesuai surat edaran terbaru.
- 7) Memeriksa stock buku tabungan, ATM, materai, buku giro, dan lain-lain.
- 8) Memeriksa kembali dokumen dan stempel untuk pembukuan.
- 9) Melakukan monitor atau save deposit box yang akan jatuh tempo dan melakukan konfirmasi kepada nasabah.
- 10) Pengelolaan terhadap rekening yang tiak aktif dan bersaldo nihil.
- 11) Menerima dan menginput pembayaran anak sekolah, serta penerimaan tabungan.
- 12) Transfer antar bank.
- 13) Melakukan kliring (penyelesaian pembukuan dan pembayaran antar bank dengan memindahbukukan saldo kepada pihak yang berhak)
- 14) Pencairan cek.⁶⁷

d. Pembiayaan

- 1) Admin Pembiayaan

⁶⁷ www.bankjatim.co.id

- 2) Mengatur, mengawasi, dan melaksanakan kegiatan administrasi dan dokumentasi pemberian pembiayaan serta melakukan kegiatan untuk mengamankan posisi Bank dalam memberikan pembiayaan sesuai dengan hukum yang berlaku.
- 3) Membuat laporan nominative
- 4) Mengarsipkan data-data nasabah pembiayaan
- 5) Merapikan serta menyimpan jaminan nasabah.
- 6) Menerima pembayaran angsuran dari nasabah/debitur
- 7) Analis Pembiayaan
 - (a) Memberikan informasi, memperkenalkan serta menawarna produk Bank Jatim Syariah kepada nasabah atau calon nasabah, seperti pembiayaan talangan haji, talangan umroh, KPR iB Griya Barokah, (Pembelian rumah baru, second, renovasi), pembiayaan modal kerja, pembiayaan koperasi pada anggota, dan lain-lain.
 - (b) Melakukan koordinasi setiap pelaksanaan tugas-tugas marketing dan pembiayaan dari unit/bagian berada di bawah supervisinya, hingga dapat memberikan pelayanan keutuhan perbankan bagi nasabah secara efektif dan efisien yang bertujuan memuaskan dan menguntungkan baik bagi nasabah maupun bank syariah.
 - (c) Menganalisis calon nasabah yang mengajukan pembiayaan apakah layak atau tidak dalam memenuhi persyaratan pengajuan pembiayaan.

(d) Melakukan monitoring, evaluasi, review terhadap kualitas portofolio pembiayaan yang telah diberikan dalam rangka pengaman atas setiap pembiayaan yang telah diberikan.

(e) Menyusun strategi, planning, dan selaku marketing atau melakukan sosialisasi kepada nasabah dalam rangka penghimpunan sumberdana maupun alokasi pemberian pembiayaan secara efektif dan terarah.

e. Akuntansi

- 1) Mencatat segala pemasukan dan pengeluaran kantor yang tertulis di dalam buku kas kecil dan besar
- 2) Melakukan managemen keuangan secara intern di perbankan, seperti gaji pegawai, uang makan dll
- 3) Sebagai penghubung kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan operasional bank, seperti pihak asuransi
- 4) Mengelola koperasi karyawan bank
- 5) Melakukan pelaporan terkait keungan operasional perbankan kepada seluruh karyawan pada akhir bulan

f. Sumber Daya Manusia dan Umum

- 1) Menyelenggarakan usaha-usaha kesekretariatan, personalia, umum dan usaha-usaha lain yang sejenis sepanjang usaha-usaha tersebut menjadi wewenang kantor cabang.

- 2) Menyelenggarakan kegiatan penghitungan/pembayaran gaji karyawan, pajak, asuransi pegawai serta hak-hak pegawai lainnya.
- 3) Mengadakan pencatatan dan pendistribusian barang-barang persediaan kepada seluruh penyelia yang membutuhkan serta membuat pertanggungjawaban tiap akhir bulan.
- 4) Mengelola barang-barang persediaan dan inventaris kantor beserta asset bank sekaligus pengamanannya termasuk asuransi
- 5) Menyusun laporan berkala atas kegiatannya.
- 6) Melakukan pengawasan dan penelitian atas semua kegiatan di unit kerjanya agar sesuai ketentuan, melakukan pencegahan timbulnya kesalahan dalam pelaksanaan tugas unit kerjanya serta membuat laporan atas hasil pengamatan jika dipandang perlu.
- 7) Bertanggungjawab untuk mengawasi dan mengendalikan biaya yang terjadi di bawah lingkungan wewenangnya.

g. Pramubakti

Bertugas menjaga dan memelihara kebersihan, keindahan serta kenyamanan di dalam juga di sekitar kantor. Membantu karyawan yang memerlukan bantuan guna menjamin kelancaran tugas dan pekerjaannya.

h. Driver

Melayani dalam hal sarana transportasi seluruh karyawan bank dalam kegiatan kantor guna membantu kelancaran operasional tugas dan pekerjaan karyawan.

i. Security

Menjaga keamanan atas harta benda atau asset bank yang tersimpan di dalam kantor serta menjaga lingkungan gedung kantor dari pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab pada saat jam kantor maupun di luar jam kantor dan bertanggungjawab atas pelaksanaan tugas-tugas tersebut.⁶⁸

6. Lokasi dan Kondisi Fisik Bank Jatim Capem Syariah Blitar

a. Lokasi

Bank Jatim Capem Syariah Blitar beralamatkan di Jln. Kalimantan Ruko Niaga Kav. 8-9 Sananwetan, Blitar.

1) Dekat dengan perumahan penduduk.

Lokasi yang dekat dengan perumahan penduduk memungkinkan masyarakat untuk menggunakan jasa Bank Jatim Capem Syariah Blitar untuk sekedar transfer ataupun mengambil uang di ATM maupun tunai.

2) Mudah Dijangkau

Letak Bank Jatim Capem Syariah Blitar mudah dijangkau melalui alat transportasi pribadi sehingga memudahkan nasabah untuk langsung datang ke Bank Jatim Capem Syariah Blitar.

⁶⁸ www.bankjatim.co.id

3) Dekat Dengan Fasilitas Umum

Letak Bank Jatim Capem Syariah Blitar mudah dijangkau. karena dekat dengan Apotik K24, RSUD Mardi Waluyo Blitar, GOR Soekarno-Hatta, dan Yayasan Hidayatullah.

4) Keamanan Lingkungan

Keamanan lingkungan Bank Jatim Capem Syariah Blitar sangat terjamin karena lokasi BJS Capem Blitar yang berada di dekat KODIM Koramil 08, dan dijaga oleh *security* pagi maupun malam setelah kantor tutup dengan pengawasan tempat parkir yang dijaga dengan pengawasan CCTV yang lengkap yang akan menambah kenyamanan dan keamanan bagi nasabah.

b. Kondisi fisik

- 1) Lantai bawah Bank Jatim Capem Syariah Blitar digunakan untuk ruangan *Frontliner* yang meliputi *Teller* dan *Service Assistent*, serta sebagai ruangan untuk pelayanan nasabah, termasuk dengan *Security* sebagai keamanan sekaligus seseorang yang pertama kali yang menerima nasabah. Dan ada ruang *Gadai* juga, Selain itu di lantai bawah ada ruangan untuk toilet lantai bawah, mushola dengan toilet serta tempat wudhu, *pantry*, ruang makan, gudang, dan ruang arsip pasif.
- 2) Lantai dua Bank Jatim Capem Syariah Blitar digunakan untuk ruang Pimpinan Cabang Pembantu, ruang Pjs. Penyelia Pembiayaan, ruang

Analisis Pembiayaan, ruang Admin Pembiayaan, ruang Umum dan Akuntansi, ruang rapat barokah, ruang arsip aktif, ruang *server*, dan toilet lantai 2.

B. Deskripsi Responden

Sebagaimana dijelaskan dalam bab sebelumnya, penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan angket tertutup. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik random sampling yaitu memilih sampel dari nasabah yang dijumpai di Bank Jatim Capem Syariah Blitar dengan tidak memperhatikan strata.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar angket. Angket disebar kepada para nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung sebanyak 109 responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini. Penyebaran angket dilakukan Bank Jatim Capem Syariah Blitar.

Untuk memahami hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memerlukan data deskriptif responden yang akan digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan melalui daftar pernyataan di dapat kondisi responden tentang jenis kelamin dan usia. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden

sebagai obyek penelitian. Gambaran umum dari responden sebagai obyek penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari responden yang dapat dilihat pada tabel 4.1 Sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Presentase
1.	Laki- Laki	60	55%
2	Perempuan	49	45%
	Jumlah	109	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki- laki lebih banyak dari pada jenis kelamin perempuan. Responden dengan jenis kelamin laki- laki sebanyak 55% atau 60 responden. Sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 45% atau 49 responden.

Artinya, masyarakat yang menjadi nasabah di Bank Jatim Capem Syariah Blitar lebih dominan nasabah laki- laki dibandingkan dengan nasabah perempuan. Hal ini disebabkan karena laki- laki sebagai tulang punggung keluarga yang dalam aktivitasnya yaitu bekerja untuk memenuhi kebutuhan.

2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

No.	Usia	Banyaknya Responden	Presentase
1.	Kurang dari 25 tahun	15	13,80%
2	25 tahun - 35 tahun	41	37,60%
3	35 tahun – 45 tahun	35	32,10%
4	Lebih dari 45 tahun	18	16,50%
	Jumlah	109	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Pada tabel 4.2 menunjukkan jumlah presentse responden berdasarkan usia, dari data di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar usia responden adalah 25 tahu – 35 tahun sejumlah 41 responden atau (37,60%), untuk usia 35 tahun – 45 tahun sebanyak 35 responden atau (32,10%), kemudian untuk usia lebih dari 45 tahun sebanyak 18 responden atau (16,50%), sedangkan untuk usia kurang dari 25 tahun sebanyak 15 responden atau (13,80%).

Jadi, dilihat dari usia responden bisa dikatakan bahwa nasabah yang menggunakan jasa Bank Jatim Capem Syariah Blitar rata-rata berusia 25 tahun – 35 tahun. Sedangka responden yang berusia di bawah 25 tahun lebih sedikit dari pada yang lain, ini artinya nasabah yang menggunakan jasa Bank Jatim Capem Syariah Blitar di bawah usia 25 tahun bisa dikatakan sangat minim sekali, hal tersebut bisa saja karena mereka belum terlalu membutuhkan jasa perbankan dalam bidang keuangan.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas yaitu Promosi (X1), Pengetahuan Konsumen (X2), dan variabel terikatnya adalah Keputusan Menjadi Anggota (Y) Bank Syariah. Berdasarkan hasil penelitian dari 3 variabel yang diajukan, dapat diketahui gambaran tanggapan dari 109 nasabah sebagai responden mengenai 3 variabel tersebut. Berikut ini adalah deskripsi tentang tanggapan dari responden yaitu nasabah Bank Jatim Capem Syariah Blitar :

1. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui tanggapan terhadap Promosi (X1).
2. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui tanggapan terhadap Pengetahuan Konsumen (X2).
3. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui tanggapan terhadap Keputusan Menjadi Anggota (Y)

Sedangkan hasil dari jawaban responden yang peneliti peroleh dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Hasil Kuesioner Pertanyaan (X1.1.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar melalui percakapan dengan marketing secara door to door	Sangat setuju	5	68	62%	340
	setuju	4	30	28%	120
	Netral	3	11	10%	33
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	493
Rata-rata Skor					4.5

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.3 dapat diketahui bahwa variabel promosi (X_1) pada item ($X_{1.1}$) yaitu saya memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar melalui percakapan dengan marketing secara door to door, mendapatkan respon sebanyak 68 responden (62%) yang menyatakan sangat setuju, 30 responden (28%) menyatakan setuju, dan sebanyak 11 responden (10%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar setelah melalui percakapan dengan marketing secara door to door.

Tabel 4.4
Hasil Kuesioner Pertanyaan (X1.1.2)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar melalui ajakan marketing pada suatu acara	Sangat setuju	5	56	51%	280
	setuju	4	38	35%	152
	Netral	3	15	14%	45
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	477
Rata-rata Skor					4.4

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.4 yaitu saya memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar melalui ajakan marketing pada suatu acara, mendapatkan respon sebanyak 56 responden (51%) yang menyatakan sangat setuju, 38 responden (35%) menyatakan setuju, dan sebanyak 15 responden (14%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar setelah melalui ajakan marketing pada suatu acara.

Tabel 4.5
Hasil Kuesioner Pertanyaan (X1.2.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya memutuskan menjadi nasabah setelah membaca brosur dari Bank Jatim Syariah Capem Blitar	Sangat setuju	5	56	51%	280
	setuju	4	38	35%	152
	Netral	3	15	14%	45
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	477
Rata-rata Skor					4.4

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.5 yaitu saya memutuskan menjadi nasabah setelah membaca brosur dari Bank Jatim Syariah Capem Blitar, mendapatkan respon sebanyak 56 responden (51%) yang menyatakan sangat setuju, 38 responden (35%) menyatakan setuju, dan sebanyak 15 responden (14%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar setelah membaca brosur dari Bank Jatim Syariah Capem Blitar.

Tabel 4.6
Hasil Kuesioner Pertanyaan (X1.2.2)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya memutuskan menjadi nasabah setelah melihat promosi Bank Jatim Syariah Capem Blitar dari media elektronik	Sangat setuju	5	65	60%	325
	setuju	4	23	21%	92
	Netral	3	21	19%	63
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	480
Rata-rata Skor					4.4

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.6 yaitu, saya memutuskan menjadi nasabah setelah melihat promosi Bank Jatim Syariah Capem Blitar dari media elektronik, mendapatkan respon sebanyak 65 responden (60%) yang menyatakan sangat setuju, 23 responden (21%) menyatakan setuju, dan sebanyak 21 responden (19%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar setelah melihat promosi dari media elektronik.

Tabel 4.7
Hasil Kuesioner Pertanyaan (X1.3.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya memutuskan menjadi nasabah setelah mengikuti kegiatan yang disponsori oleh Bank Jatim Syariah Capem Blitar	Sangat setuju	5	58	53%	290
	setuju	4	31	28%	124
	Netral	3	20	18%	60
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	474
Rata-rata Skor					4.3

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.7 yaitu, Saya memutuskan menjadi nasabah setelah mengikuti kegiatan yang disponsori oleh Bank Jatim Syariah Capem Blitar, mendapatkan respon sebanyak 58 responden (53%) yang menyatakan sangat setuju, 31 responden (28%) menyatakan setuju, dan sebanyak 20 responden (18%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar setelah mengikuti kegiatan yang disponsori oleh Bank Jatim Syariah Capem Blitar.

Tabel 4.8
Hasil Kuesioner Pertanyaan (X1.4.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya memutuskan menjadi nasabah setelah mengikuti kegiatan sosial yang dilaksanakan oleh Bank Jatim Syariah Capem Blitar	Sangat setuju	5	67	61%	335
	Setuju	4	28	26%	112
	Netral	3	14	13%	42
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	489
Rata-rata Skor					4.5

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.8 yaitu, Saya memutuskan menjadi nasabah setelah mengikuti kegiatan sosial yang dilaksanakan oleh Bank Jatim Syariah Capem Blitar, mendapatkan respon sebanyak 67 responden (61%) yang menyatakan sangat setuju, 28 responden (26%) menyatakan setuju, dan sebanyak 14 responden (13%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar setelah mengikuti kegiatan sosial yang dilaksanakan oleh Bank Jatim Syariah Capem Blitar.

Dari 6 pernyataan pada variabel X1 dapat disimpulkan bahwa, yang memperoleh skor responden tertinggi terdapat pada item (X_{1.1}) yaitu Saya memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar melalui percakapan dengan marketing secara door to door. Pernyataan tersebut dimuat dari indikator promosi penjualan. Jadi, Bank Jatim Syariah Capem Blitar harus

meningkatkan promosinya terutama pada promosi penjualan. Tetapi Bank Jatim Syariah Capem Blitar juga harus meningkatkan promosinya pada indikator yang lain agar calon nasabah lebih banyak memutuskan untuk menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Capem Blitar.

Tabel 4.9
Hasil Kuesioner Pertanyaan (X2.1.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya memutuskan menjadi nasabah karena saya suka dengan logo Bank Jatim Capem Syariah Blitar	Sangat setuju	5	56	51%	280
	Setuju	4	47	43%	188
	Netral	3	6	6%	18
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	486
Rata-rata Skor					4.4

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa variabel promosi (X_2) pada item (X2.1.1) yaitu Saya memutuskan menjadi nasabah karena saya suka dengan logo Bank Jatim Capem Syariah Blitar, mendapatkan respon sebanyak 56 responden (51%) yang menyatakan sangat setuju, 47 responden (43%) menyatakan setuju, dan sebanyak 6 responden (6%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar karena suka dengan logo Bank Jatim Capem Syariah Blitar.

Tabel 4.10
Hasil Kuesioner Pertanyaan (X2.1.2)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya memutuskan menjadi nasabah karena saya suka dengan pakaian dinas harian Bank Jatim Capem Syariah Blitar	Sangat setuju	5	62	51%	310
	setuju	4	41	38%	164
	Netral	3	6	6%	18
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	492
Rata-rata Skor					4.5

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa variabel promosi (X_2) pada item (X2.1.2) yaitu Saya memutuskan menjadi nasabah karena saya suka dengan pakaian dinas harian Bank Jatim Capem Syariah Blitar, mendapatkan respon sebanyak 62 responden (57%) yang menyatakan sangat setuju, 41 responden (38%) menyatakan setuju, dan sebanyak 6 responden (6%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar karena suka dengan pakaian dinas harian Bank Jatim Capem Syariah Blitar.

Tabel 4.11
Hasil Kuesioner Pertanyaan (X2.2.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
saya merasa bahwa produk-produk yang ada pada Bank Jatim Capem Syariah Blitar dapat memenuhi kebutuhan saya secara produktif	Sangat setuju	5	57	52%	285
	setuju	4	42	39%	168
	Netral	3	10	9%	30
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	483
Rata-rata Skor					4.4

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa variabel promosi (X_2) pada item (X2.2.1) yaitu saya merasa bahwa produk-produk yang ada pada Bank Jatim Capem Syariah Blitar dapat memenuhi kebutuhan saya secara produktif, mendapatkan respon sebanyak 57 responden (52%) yang menyatakan sangat setuju, 42 responden (39%) menyatakan setuju, dan sebanyak 10 responden (9%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar karena dapat memenuhi kebutuhan secara produktif.

Tabel 4.12
Hasil Kuesioner Pertanyaan (X2.2.2)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
saya merasa bahwa produk-produk yang ada pada Bank Jatim Capem Syariah Blitar dapat memenuhi kebutuhan saya secara konsumtif	Sangat setuju	5	51	47%	255
	setuju	4	38	35%	152
	Netral	3	20	18%	60
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	467
Rata-rata Skor					4.2

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa variabel promosi (X_2) pada item (X2.2.2) yaitu saya merasa bahwa produk-produk yang ada pada Bank Jatim Capem Syariah Blitar dapat memenuhi kebutuhan saya secara konsumtif, mendapatkan respon sebanyak 51 responden (47%) yang menyatakan sangat setuju, 38 responden (35%) menyatakan setuju, dan sebanyak 20 responden (18%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar karena dapat memenuhi kebutuhan secara konsumtif.

Tabel 4.13
Hasil Kuesioner Pertanyaan (X2.3.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya merasa puas setelah menggunakan produk dari Bank Jatim Capem Syariah Blitar	Sangat setuju	5	66	60%	330
	Setuju	4	20	18%	80
	Netral	3	23	21%	69
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	479
Rata-rata Skor					4.3

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.13 dapat diketahui bahwa variabel promosi (X_2) pada item (X2.3.1) yaitu Saya merasa puas setelah menggunakan produk dari Bank Jatim Capem Syariah Blitar, mendapatkan respon sebanyak 66 responden (60%) yang menyatakan sangat setuju, 20 responden (18%) menyatakan setuju, dan sebanyak 23 responden (21%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden puas setelah menggunakan produk dari Bank Jatim Capem Syariah Blitar.

Tabel 4.14
Hasil Kuesioner Pertanyaan (X2.3.2)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya merasa produk dari Bank Jatim Capem Syariah Blitar sangat amanah dan terpercaya	Sangat setuju	5	89	81%	445
	Setuju	4	10	9%	40
	Netral	3	10	9%	30
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	515
Rata-rata Skor					4.7

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.14 dapat diketahui bahwa variabel promosi (X_2) pada item (X2.3.2) yaitu Saya merasa produk dari Bank Jatim Capem Syariah Blitar sangat amanah dan terpercaya, mendapatkan respon sebanyak 89 responden (81%) yang menyatakan sangat setuju, 10 responden (9%) menyatakan setuju, dan sebanyak 10 responden (9%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden merasa produk dari Bank Jatim Capem Syariah Blitar sangat amanah dan terpercaya.

Dari 6 pernyataan pada variabel X_2 dapat disimpulkan bahwa, yang memperoleh skor responden tertinggi terdapat pada item ($X_{1.1}$) yaitu Saya merasa produk dari Bank Jatim Capem Syariah Blitar sangat amanah dan terpercaya. Pernyataan tersebut dimuat dari indikator pengetahuan konsumen. Jadi, Bank Jatim Syariah Capem Blitar harus tetap amanah dan terpercaya.

Tabel 4.15
Hasil Kuesioner Pertanyaan (Y.1.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Dalam transaksi keuangan Agama saya melarang adanya system bunga	Sangat setuju	5	80	73%	400
	Setuju	4	23	21%	92
	Netral	3	6	6%	36
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	528
Rata-rata Skor					4.8

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.15 dapat diketahui bahwa keputusan menjadi nasabah (Y) pada item (Y.1.1) yaitu dalam transaksi keuangan Agama saya melarang adanya system bunga, mendapatkan respon sebanyak 80 responden (73%) yang menyatakan sangat setuju, 23 responden (21%) menyatakan setuju, dan sebanyak 6 responden (6%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar karena dalam agama melarang adanya system bunga.

Tabel 4.16
Hasil Kuesioner Pertanyaan (Y.2.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya mencari informasi tentang Bank Jatim Capem Syariah Blitar berdasarkan pengalaman teman atau keluarga	Sangat setuju	5	43	39%	215
	Setuju	4	46	42%	184
	Netral	3	20	18%	60
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	459
Rata-rata Skor					4.2

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.16 dapat diketahui bahwa keputusan menjadi nasabah (Y) pada item (Y.2.1) yaitu saya mencari informasi tentang Bank Jatim Capem Syariah Blitar berdasarkan pengalaman teman atau keluarga, mendapatkan respon sebanyak 43 responden (39%) yang menyatakan sangat setuju, 46 responden (42%) menyatakan setuju, dan sebanyak 20 responden (18%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar karena informasi tentang bank jatim capem syariah blitar berdasarkan pengalaman teman atau keluarga.

Tabel 4.17
Hasil Kuesioner Pertanyaan (Y.2.2)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya mencari informasi tentang Bank Jatim Capem Syariah Blitar melalui customer service	Sangat setuju	5	61	56%	305
	Setuju	4	36	33%	144
	Netral	3	12	11%	36
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	377
Rata-rata Skor					3.4

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.17 dapat diketahui bahwa keputusan menjadi nasabah (Y) pada item (Y.2.2) yaitu saya mencari informasi tentang Bank Jatim Capem Syariah Blitar melalui customer service, mendapatkan respon sebanyak 61 responden (56%) yang menyatakan sangat setuju, 36 responden (33%) menyatakan setuju, dan sebanyak 12 responden (11%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar karena informasi tentang bank jatim capem syariah blitar melalui customer service.

Tabel 4.18
Hasil Kuesioner Pertanyaan (Y.3.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya mempelajari produk Bank Jatim Capem Syariah Blitar sesuai dengan kebutuhan saya	Sangat setuju	5	62	56%	310
	Setuju	4	36	33%	144
	Netral	3	11	10%	33
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	487
Rata-rata Skor					4.46

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.18 dapat diketahui bahwa keputusan menjadi nasabah (Y) pada item (Y.3.1) yaitu saya mempelajari produk Bank Jatim Capem Syariah Blitar sesuai dengan kebutuhan saya, mendapatkan respon sebanyak 62 responden (56%) yang menyatakan sangat setuju, 36 responden (33%) menyatakan setuju, dan sebanyak 11 responden (10%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar karena Saya mempelajari produk Bank Jatim Capem Syariah Blitar sesuai dengan kebutuhan.

Tabel 4.19
Hasil Kuesioner Pertanyaan (Y.4.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Capem Syariah Blitar karena sudah sesuai prinsip syariah	Sangat setuju	5	47	43%	235
	Setuju	4	53	49%	212
	Netral	3	9	8%	27
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	524
Rata-rata Skor					4.8

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.19 dapat diketahui bahwa keputusan menjadi nasabah (Y) pada item (Y.4.1) yaitu saya memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Capem Syariah Blitar karena sudah sesuai prinsip syariah, mendapatkan respon sebanyak 47 responden (43%) yang menyatakan sangat setuju, 53 responden (49%) menyatakan setuju, dan sebanyak 9 responden (8%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar karena Saya memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Capem Syariah Blitar karena sudah sesuai prinsip syariah

Tabel 4.20
Hasil Kuesioner Pertanyaan (Y.5.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Presentase %	Total Skor
Saya puas menjadi nasabah Bank Jatim Capem Syariah Blitar	Sangat setuju	5	58	53%	290
	Setuju	4	37	34%	148
	Netral	3	14	13%	42
	Tidak setuju	2	0	0%	0
	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			109	100%	480
Rata-rata Skor					4.4

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.5.1 dapat diketahui bahwa keputusan menjadi nasabah (Y) pada item (Y.5) yaitu saya puas menjadi nasabah Bank Jatim Capem Syariah Blitar, mendapatkan respon sebanyak 58 responden (53%) yang menyatakan sangat setuju, 37 responden (34%) menyatakan setuju, dan sebanyak 14 responden (13%) menyatakan netral. Artinya bisa dikatakan bahwa mayoritas responden memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Syariah Capem Blitar karena Saya memutuskan menjadi nasabah Bank Jatim Capem Syariah Blitar karena sudah sesuai prinsip syariah.

D. Analisis Data

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari promosi dan pengetahuan konsumen sebagai variabel independen dan keputusan menjadi anggota sebagai variabel dependen. Data dari variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil

kuesioner atau angket yang telah di sebar sebanyak 98 responden. Hasil analisa terhadap jawaban responden adalah sebagai berikut:

1. Uji validitas dan uji reliabilitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel pada penelitian ini memuat 18 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Ketentuan validitas instrumen bisa dikatakan sah apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Nilai r tabel dalam penelitian ini yaitu 0,187 yang didapat dari seluruh jumlah responden sebanyak 109 nasabah dan dilihat pada Tabel R product moment. Jadi jika korelasi tiap variabel positif dan besarnya lebih dari 0,187 maka variabel tersebut merupakan construct yang kuat.

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mendapatkan hal tersebut, maka peneliti melakukan uji reliabilitas dengan metode Alpha Cronbach's yang diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's 0 sampai 1. Kriteria reliabilitas ada 5 kelompok kelas dengan ukuran kemantapan Alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai Alpha Cronbach's 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliabel
- b. Nilai Alpha Cronbach's 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliabel
- c. Nilai Alpha Cronbach's 0,42 s.d 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai Alpha Cronbach's 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel

e. Nilai Alpha Cronbach's 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliabel

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas dan reliabelitas adalah sebagai berikut :

a. Uji Validitas dan Reliabelitas Variabel Promosi (X1)

Tabel 4.21
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi
Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X1.1	21.99	6.231	.377	.694	Valid
X1.2	22.14	6.657	.212	.741	Valid
X1.3	22.14	5.361	.626	.617	Valid
X1.4	22.11	5.358	.534	.644	Valid
X1.5	22.17	5.547	.496	.658	Valid
X1.6	22.03	5.897	.445	.674	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.21 di atas, dapat diketahui bahwa promosi (X1) adalah valid karena nilai CorredtedItem-Total Correlation lebih besar dari pada 0,187. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat

Tabel 4.22
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	6

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.22 (Reliabilitas Statistic) di atas, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,713 untuk variabel promosi (X1). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai Alpha Cronbach's lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel promosi (X1) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

b. Uji Validitas dan Reliabelitas Variabel Pengetahuan Konsumen (X2)

Tabel 4.23
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Konsumen
Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X2.1	22.16	5.559	.256	.691	Valid
X2.2	22.10	5.166	.408	.649	Valid
X2.3	22.19	4.490	.600	.582	Valid
X2.4	22.34	4.356	.545	.597	Valid
X2.5	22.22	4.507	.425	.645	Valid
X2.6	22.06	5.357	.280	.687	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.23 di atas, dapat diketahui bahwa pengetahuan konsumen (X2) adalah valid karena nilai Correlated Item-Total Correlation lebih besar dari pada 0,187. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.24
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan Konsumen
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	6

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.24 (Reliabilitas Statistic) di atas, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,686 untuk variabel pengetahuan konsumen (X2). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai Alpha Cronbach's lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel pengetahuan konsumen (X2) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

Tabel 4.25
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah
Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Y.1	21.88	4.087	.007	.527	Valid
Y.2	22.35	3.118	.300	.386	Valid
Y.3	22.11	2.969	.419	.314	Valid
Y.4	22.09	3.380	.241	.422	Valid
Y.5	22.21	3.353	.297	.393	Valid
Y.6	22.16	3.522	.154	.472	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.25 di atas, dapat diketahui bahwa keputusan menjadi nasabah (Y) adalah valid karena nilai Correlated Item-Total Correlation lebih besar dari pada 0,187. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.26
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.471	6

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.26 (Reliabilitas Statistic) di atas, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,471 untuk variabel keputusan menjadi nasabah (Y). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel

apabila nilai Alpha Cronbach's lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel keputusan menjadi nasabah (Y). bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov maka untuk mengetahui normalitas data peneliti menyajikan tabel berikut:

Tabel 4.27
Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60208733
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.064
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		.772
Asymp. Sig. (2-tailed)		.591

Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.27 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh angka Asymp.Sig. (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan

0,05 (menggunakan taraf signifikan atau $\alpha = 5\%$) untuk mengambil keputusan dengan pedoman:

- a. Nilai sig. atau signifikansi $< 0,05$, distribusi data tidak normal
- b. Nilai sig. atau signifikansi $> 0,05$, distribusi data normal

Pada data ini bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.591 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal karena memiliki nilai signifikan lebih dari 0.05.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, suatu data dikatakan multikolinieritas jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.

Tabel 4.28
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.539	1.836		5.740	.000		
promosi	.252	.061	.338	4.157	.000	.828	1.208
pengetahuan	.352	.066	.431	5.306	.000	.828	1.208

a. Dependent Variable: keputusan

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan coefficient pada tabel 4.28 dapat diketahui bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) 1,208 untuk variabel promosi (X1),

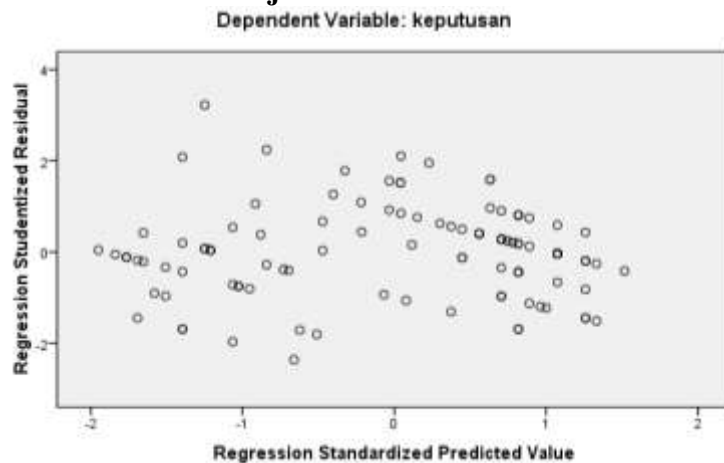
1,208 untuk variabel pengetahuan konsumen (X2). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena hasil nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model. Dengan ketentuan tidak terdapat heteroskedastisitas jika⁶⁹:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2019

⁶⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Putra Karya, 2009), hal.79-80

Hasil dari pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik- titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 16.0. Ringkasan hasil pengelolaan data dengan menggunakan program SPSS tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.29
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.539	1.836		5.740	.000
promosi	.252	.061	.338	4.157	.000
pengetahuan	.352	.066	.431	5.306	.000

a. Dependent Variable: keputusan

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk Standardized dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 10,539 + 0,252 X_1 + 0,352 X_2$$

Dimana:

Y = Keputusan Menjadi Nasabah

X_1 = Promosi

X_2 = Pengetahuan Konsumen

- a. Konstanta sebesar 10,539 nilai konstanta mengatakan bahwa jika tidak ada kedua variabel independen tersebut, maka jumlah keputusan menjadi nasabah adalah sebesar 10,539
- b. Koefisien regresi X_1 (Promosi) dari perhitungan linier berganda dapat dilihat sebesar 0,252 hal ini berarti setiap ada peningkatan promosi sebesar 1 satuan maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,252. Maka Promosi dan keputusan menjadi anggota terjadi hubungan positif. Jika peningkatan promosi mengalami kenaikan maka keputusan menjadi nasabah akan mengalami kenaikan atau bertambah.
- c. Koefisien regresi berganda X_2 (Pengetahuan Konsumen) dari perhitungan regresi linier berganda dapat dilihat sebesar 0,352, hal ini berarti setiap ada peningkatan nilai pengetahuan konsumen sebesar 1 satuan maka keputusan menjadi anggota akan meningkat sebesar 0,352. Maka pengetahuan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Artinya apabila pengetahuan konsumen mengalami kenaikan maka keputusan menjadi nasabah juga akan bertambah.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dimana jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka uji regresi dikatakan signifikan atau dengan melihat angka signifikannya. Jika nilai sig. < tingkat tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$), maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan sebagai berikut:

H_0 : Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_a : Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui besarnya masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.30
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.539	1.836		5.740	.000
promosi	.252	.061	.338	4.157	.000
pengetahuan	.352	.066	.431	5.306	.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

1) Menguji signifikansi variabel Promosi (X1)

Terlihat bahwa t hitung promosi adalah 4.157. Sedangkan t tabel bisa dihitung dan dilihat pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 106$ di dapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel x). Di dapat t tabel adalah 1,659.

Variabel promosi memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ artinya promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,157 > 1,659$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 1 yang berbunyi “promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah”, dapat diterima.

2) Menguji signifikansi variabel pengetahuan konsumen (X2)

Terlihat bahwa t hitung pengetahuan konsumen adalah 5,306. Sedangkan t tabel bisa dihitung dan dilihat pada tabel t -test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 106$ di dapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel x). Di dapat t tabel adalah 1,659.

Variabel pengetahuan konsumen memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ artinya promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,306 > 1,659$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien pengetahuan konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 1 yang berbunyi “pengetahuan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah”, dapat diterima.

b. Uji F (Simultan)

Uji simultan atau uji F adalah uji statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah uji regresi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dimana jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau jika nilai sig. $< 0,05$, maka secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan. Berdasarkan hasil uji *SPSS for Windows 16.0* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.31
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	201.220	2	100.610	38.473	.000 ^a
	Residual	277.202	106	2.615		
	Total	478.422	108			

a. Predictors: (Constant), pengetahuan, promosi

b. Dependent Variable: keputusan

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil output diatas (ANOVA), terbaca nilai F_{hitung} sebesar 38,473 dan F_{tabel} sebesar 3,08. Sehingga dapat diketahui bahwa ($38,473 > 3,08$) dan nilai sig. (0,000) lebih kecil dari taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$). Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (promosi dan pengetahuan konsumen) secara simultan atau bersamasama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa 3 yang berbunyi “promosi dan pengetahuan konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah”, dapat diterima.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (promosi dan

pengetahuan konsumen) terhadap variabel dependen (keputusan menjadi anggota bank syariah). Dari hasil perhitungan melalui program komputer statisti SPSS 16.0 didapatkan nilai koefisien sebagai berikut:

Tabel 4.31
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649 ^a	.421	.410	1.617

a. Predictors: (Constant), pengetahuan, promosi

b. Dependent Variable: keputusan

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Pada tabel (model summary) menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,410 atau 41%. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel independen yaitu promosi dan pengetahuan konsumen mampu menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan menjadi anggota sebesar 41%. Sedangkan sisanya ($100\% - 41\% = 59\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.