

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Singkat Objek Penelitian

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) sertasurat Bank Indonesia Nomor 9/148/DPIP/Sb tanggal 24 Juli 2007 perihal: Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah. Sedangkan untuk operasional BJS sendiri diresmikan padahal Selasa tanggal 21 Agustus 2007 atau bertepatan pada tanggal 8 Sya'ban 1428 H.

Selama beroperasi, BJS telah hadir dengan banyak melakukan pengembangan dan inovasi guna memberikan layanan financial yang terbaik sesuai kebutuhan nasabah melalui beragam produk sesuai dengan prinsip syariah. Sepanjang tahun 2014, BJS telah menambah sejumlah jaringan kantor baru, yaitu 2 kantor cabang di Kediri dan Malang; 2 kantor cabang pembantu di Madiun dan Jember. Di 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; serta penambahan 50 kantor layanan syariah dan 6 ATM. Bank Jatim

Syariah Kantor Cabang Kediri didirikan dan beroperasi resmi pada tanggal 17 Januari 2014 yang beralamatkan di Jl. Diponegoro No. 50B.

Pembangunan karakter di BJS dibangun dengan karakter dengan prinsip luhur seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW yaitu beriman, cerdas, amanah, jujur, juga berkomunikasi dengan baik. Pribadi yang demikian diharapkan akan memiliki empati dan berorientasi pada hasil yang sepenuhnya mengutamakan layanan fokus kepada nasabah. Atau dalam BJS itu disebut dengan BJS FASTER (*Fathonah, Amanah, Sidiq, Tabligh, Empatidan Result Oriented*).

a. Visi dan Misi Bank Jatim Syariah

Visi:

- Menjadi “Bank Regional Terbaik”

Misi:

- Meningkatkan pangsa pasar
- Meningkatkan profesionalisme, memiliki integritas yang tinggi dan berorientasi pada kebutuhan pasar
- Memberikan nilai yang optimal bagi pemangku kepentingan (*stake holder*) dan pemegang saham (*share holder*)
- Memfasilitasi pengembangan usaha mikro dan menengah
- Mendorong pertumbuhan ekonomi Jawa Timur.

b. Lokasi Bank Jatim KC Kediri

1) Lokasi

Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri terletak di Jl. Diponegoro No. 50B Kediri. Pemilihan lokasi ini berdasarkan atas beberapa pertimbangan antara lain:

a) Dekat dengan pemukiman penduduk

Lokasi yang dekat dengan pemukiman penduduk menguntungkan bagi Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri untuk dapat memasarkan produknya serta memudahkan penduduk sekitar dalam menggunakan jasa Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

b) Mudah dijangkau

Lokasi yang strategis yaitu berada di dekat Jl. Mayjend Sungkono yaitu jalan utama menuju Kabupaten Nganjuk dan Mojokerto sangat mudah diakses. Selain itu Bank Jatim Syariah sendiri berada di Jl. Diponegoro yaitu jalan utama menuju Pare dan Malang, yang dilalui angkutan umum seperti bis antar kota Kediri-Malang.

c) Dekat dengan fasilitas umum

Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri terletak di lokasi yang dekat dengan *mall* terbesar di Kediri, Kediri Town Square. Selain itu depan Bank Jatim Syariah juga terdapat kantor pos.

Sedang dibelakang Bank Jatim Syariah terdapat pabrik rokok Gudang Garam.

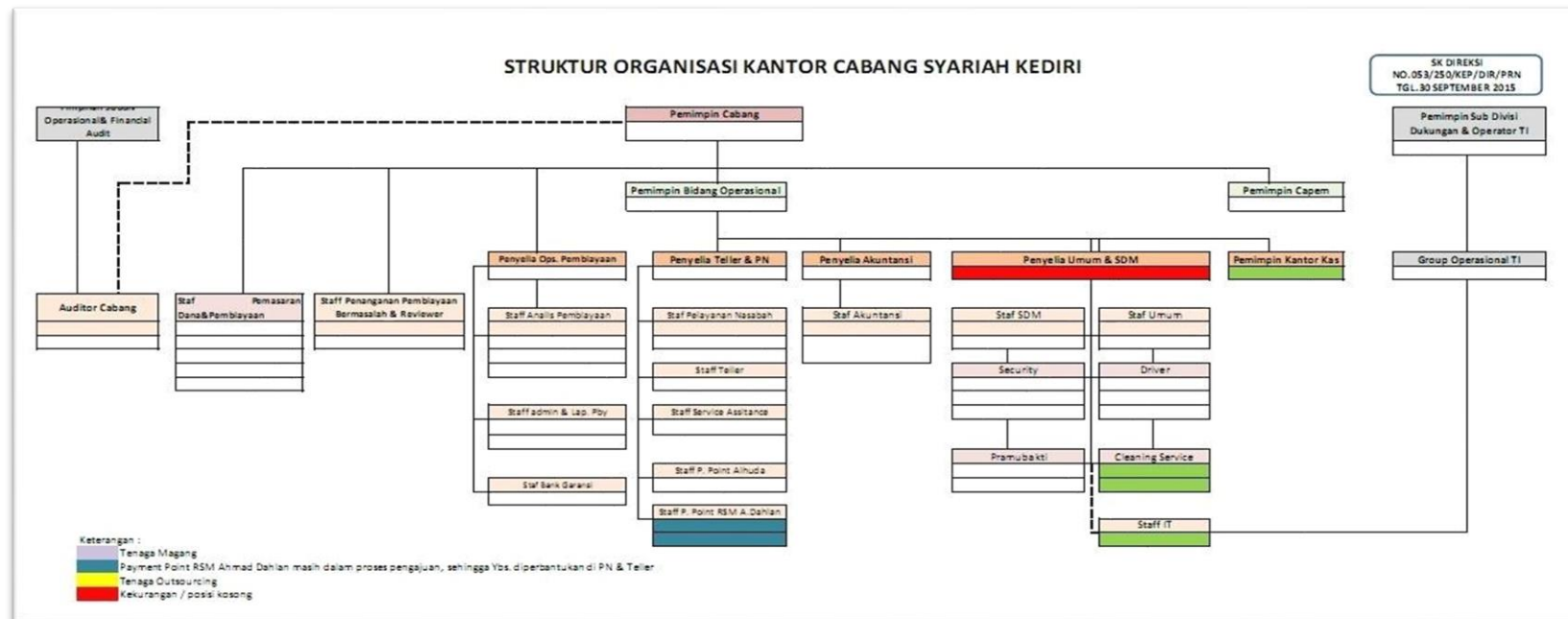
d) Keamanan lingkungan

Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri dijaga *security* 7x24 jam. Selain itu CCTV terpasang di setiap sudut semakin menambah keamanan dan kenyamanan bagi para nasabah.

c. Kondisi Fisik

- 1) Lantai satu Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri digunakan untuk *Frontliner*, dimana yang meliputi *Teller* dan *Service Assistant*, ruang untuk Penyelia Teller & Teller, juga untuk ruang gadai dan *marketing* serta untuk toilet dan gudang.
- 2) Lantai dua digunakan untuk Pemimpin Bagian Operasional, Penyelia Pembiayaan, ruang Analisis Pembiayaan, ruang Admin Pembiayaan, ruang P3S, ruang Auditor Cabang dan toilet lantai dua. Juga mushola dan tempat wudhu.
- 3) Lantai tiga digunakan untuk Kepala Cabang Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri, ruang Penyelia Umum & SDM, ruang staff akuntansi, ruang rapat, *pantry* dan toilet lantai 3.
- 4) Sedangkan untuk lantai empat digunakan untuk ruang arsip keuangan.

d. Struktur Organisasi Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri

e. Produk-produk Bank Jatim Kantor Cabang Kediri

1) Produk *Funding*

a) Tabungan Barokah

Simpanan dengan prinsip bagi hasil (*Mudharabah*) antara bank dengan nasabah sesuai dengan nisbah yang telah disepakati, yang penarikannya bisa dilakukan sewaktu-waktu.

b) Tabungan Umroh *iB* Amanah

Produk tabungan dengan prinsip *wadiah* yang membantu untuk mempersiapkan perjalanan umroh.

c) Tabunganku *iB*

Simpanan dengan menggunakan prinsip *wadiah yad adh dhamanah* dimana simpanan diperlakukan dengan titipan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat.

d) Tabungan Simpel *iB*

Tabungan yang ditujukan untuk siswa usia dibawah 17 tahun.

2) *Financing*

a) Multiguna Syariah

Fasilitas pembiayaan bagi nasabah yang memiliki penghasilan tetap (*fix income*) dengan akad Murabahah.

b) Produk *Kafalah*

Berupa jaminan yang diberikan bank kepada pihak ketiga (terjamin) untuk jangka waktu tertentu, jumlah tertentu dan

keperluan tertentu, atas pemenuhan kewajiban nasabah (yang dijamin) kepada pihak ketiga dimaksud.

c) *Emas iB Barokah*

Fasilitas pembiayaan yang diberikan bank kepada nasabah berdasarkan kesepakatan dimana nasabah menyerahkan secara fisik barang berharga berupa emas, selanjutnya bank memberikan surat gadai sebagai jaminan pengembalian seluruh atau sebagian hutang nasabah kepada bank.

d) *Kepemilikan Logam Emas iB Barokah*

Pembiayaan yang diberikan untuk membantu nasabah dalam kepemilikan emas lantaran dengan cara mengangsur setiap bulan.

e) *Umroh iB Maqbula*

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

f) *KPR iB Griya Barokah*

Pembiayaan jangka pendek, menengah atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumtif) maupun renovasi, baik baru maupun bekas, dilingkungan developer maupun non developer, dengan sistem *Murabahah*.

g) *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik*

Memberikan fasilitas kepada nasabah yang membutuhkan manfaat atas barang (sewa) dengan pembayaran tangguh, dengan opsi memiliki dikemudian hari.

3) Deposito dan Giro

a) Deposito Barokah

Simpanan berjangka dalam bentuk deposito dengan prinsip *mudharabah mutlaqah* dengan bagihasil yang bersaing dan aman.

b) Giro Amanah

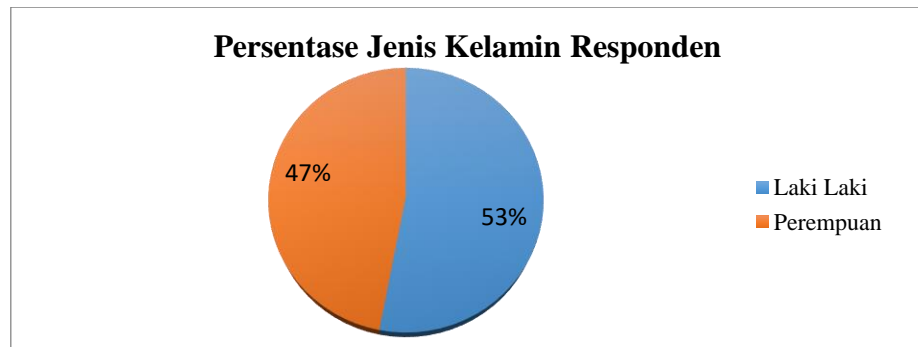
Sarana penyimpanan dana dengan menggunakan prinsip *wadiah yad dhamanah*, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek atau bilyet giro.

2. Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini berdasarkan hasil perhitungan sampel dengan rumus slovin jumlah responden yang didapat adalah sebanyak 100 responden, dan responden tersebut adalah nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri. Perhitungan sampel jumlah responden tersebut didasarkan pada ketentuan sampel eror 10% dari populasi yang ada di bank tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis melalui penyebaran angket, maka diperoleh gambaran umum karakteristik responden sebagai berikut ini :

a. Jenis Kelamin Responden

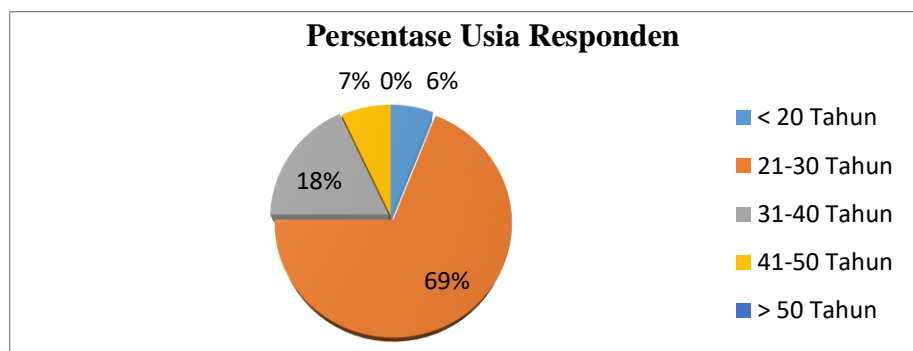


Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data primer, diolah tahun 2020

Pada gambar 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden penelitian yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 53 orang dengan persentase sebesar 53%. Sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 47 orang dengan persentase sebesar 47 %. Jadi dari diagram diatas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri didominasi oleh nasabah yang berjenis kelamin laki-laki.

b. Usia Responden

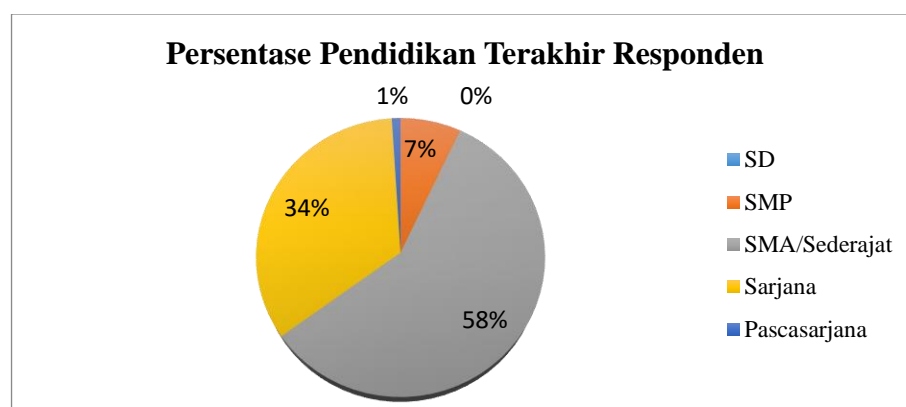


Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber : Data primer, diolah tahun 2020

Pada gambar 4.3 dapat diketahui bahwa 100 nasabah yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini memiliki umur yang berbeda-beda. Tabel diatas menunjukkan bahwa usia responden yang paling banyak adalah nasabah dengan usia 21-30 tahun yaitu sebanyak 69 responden dengan persentase sebesar 69 %. Responden dengan usia < 20 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 6 %, responden dengan usia 31-40 sebanyak 18 responden dengan persentase sebesar 18 % dan responden dengan usia 41-50 sebanyak 7 orang dengan persentase 7%. Jadi dari diagram diatas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri didominasi oleh nasabah yang berusia 21-30 tahun.

c. Pendidikan Terakhir Responden



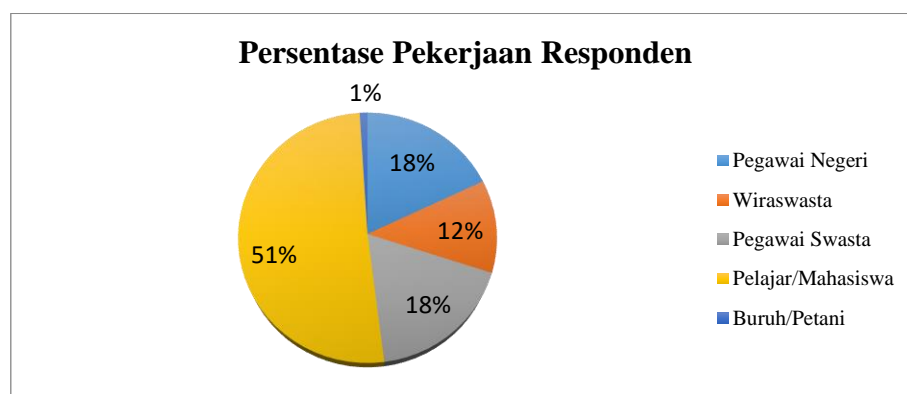
Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2020

Pada gambar 4.4 dapat diketahui bahwa 100 nasabah yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini memiliki jenjang pendidikan terakhir yang berbeda-beda. Tabel diatas menunjukkan

bahwa pendidikan terakhir responden yang paling banyak adalah sampai jenjang SMA/ Sederajat dengan jumlah sebanyak 58 orang dengan persentase sebesar 58 %, responden dengan pendidikan terakhir sarjana sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 34%, responden dengan pendidikan terakhir SMP sebanyak 7 orang dengan persentase 7%, dan responden dengan pendidikan terakhir pascasarjana sebanyak 1 orang dengan persentase 1%. Jadi dari diagram diatas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri didominasi oleh nasabah dengan jenjang pendidikan terakhir SMA/Sederajat.

d. Pekerjaan Responden



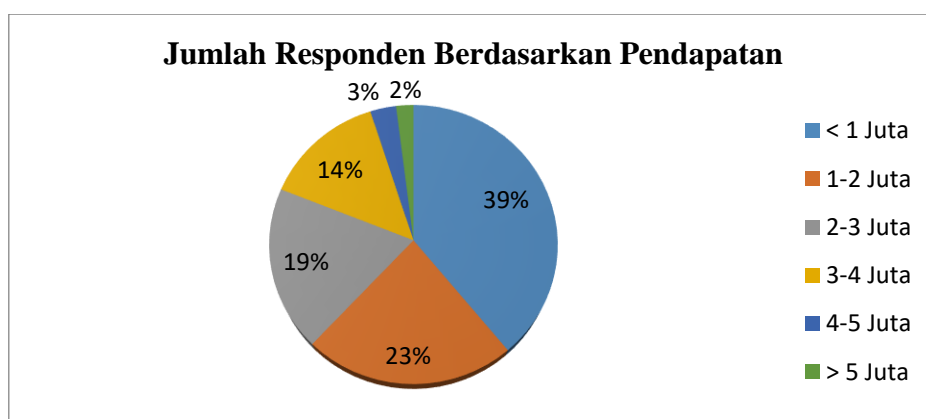
Gambar 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2020

Dari gambar 4.5 dapat diketahui bahwa 100 nasabah yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini berasal dari latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda. Tabel diatas menunjukkan bahwa pekerjaan responden didominasi oleh pelajar/mahasiswa yaitu

sebanyak 51 responden dengan persentase sebesar 51%, responden dengan pekerjaan pegawai negeri dan pegawai swasta sebanyak 18 responden dengan persentase sebesar 18%, responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 12 orang dengan persentase 12%, dan responden dengan pekerjaan buruh/petani sebanyak 1 orang dengan persentase 1%. Jadi dari diagram diatas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri didominasi oleh nasabah dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa.

e. Pendapatan Responden



Gambar 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2020

Pada gambar 4.6 dapat diketahui bahwa 100 nasabah yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini memiliki jumlah pendapatan yang berbeda-beda. Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah nasabah yang memiliki pendapatan < 1 juta sebanyak 39 orang dengan persentase 39%, pendapatan 1-2 juta sebanyak 23 responden dengan persentase sebesar 23%, pendapatan 2-3 juta sebanyak 19

responden dengan persentase 19% pendapatan 3-4 juta sebanyak 14 responden dengan persentase sebesar 14% dan seterusnya. Jadi dari gambar diagram diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri didominasi dengan nasabah yang memiliki pendapatan < 1 juta kemudian disusul nasabah dengan pendapatan 1-2 juta.

Dari data-data diatas yang didapatkan oleh peneliti mengenai karakteristik responden yang ada di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri maka dapat diambil kesimpulan bahwa siapapun orang dapat menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri selama tidak latar belakang kehidupan yang buruk.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Angket yang telah disebarakan kepada responden dalam hal ini nasabah terdiri atas 30 item pernyataan dan dibagi kedalam 4 kategori yaitu 9 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel promosi (X_1) terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri, 7 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel pengetahuan produk (X_2) terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri, pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel motivasi menjauhi riba (X_3) terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor

Cabang Kediri, dan 10 pernyataan digunakan untuk pengaruh keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri (Y).

Berikut adalah hasil jawaban yang peneliti peroleh dari responden dalam hal ini nasabah :

a. Promosi (X_1)

Tabel 4.1
Deskripsi Data Variabel Promosi (X_1)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
$X_{1.1}$	9	9%	56	56%	32	32%	3	3%	0	0%
$X_{1.2}$	8	8%	85	85%	7	7%	0	0%	0	0%
$X_{1.3}$	6	6%	23	23%	56	56%	15	15%	0	0%
$X_{1.4}$	6	6%	51	51%	43	43%	0	0%	0	0%
$X_{1.5}$	1	1%	47	47%	45	45%	7	7%	0	0%
$X_{1.6}$	1	1%	64	64%	32	32%	3	3%	0	0%
$X_{1.7}$	2	2%	74	74%	24	24%	0	0%	0	0%
$X_{1.8}$	8	8%	69	69%	23	23%	0	0%	0	0%
$X_{1.9}$	10	10%	71	71%	19	19%	0	0%	0	0%

Sumber : Data primer, diolah tahun 2020

Variabel promosi dalam penelitian ini (X_1) terdiri dari 9 item pernyataan. item pertama ($X_{1.1}$) yaitu mengetahui Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri melalui media cetak seperti brosur, iklan dipinggir jalan,dll mendapat respon sebanyak 9 responden atau 9% yang menyatakan sangat setuju, 56 responden atau 56% yang menyatakan setuju, 32 responden atau 32% yang menyatakan kurang setuju, 3 responden atau 3% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Item kedua ($X_{1.2}$) yaitu mengetahui Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri melalui media elektronik seperti web site resmi, radio, handphone, dll mendapat respon sebanyak 8 responden atau 8% yang menyatakan sangat setuju, 85 responden atau 85% yang menyatakan setuju, 7 responden atau 7% yang menyatakan kurang setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item ketiga ($X_{1.3}$) yaitu mengetahui Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri karena adanya undian dan kuis yang diselenggarakan bank tersebut mendapat respon sebanyak 6 responden atau 6% yang menyatakan sangat setuju, 23 responden atau 23% yang menyatakan setuju, 56 responden atau 56% yang menyatakan kurang setuju, 15 responden atau 15% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Item keempat ($X_{1.4}$) yaitu mengetahui Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri setelah mengunjungi pameran yang menampilkan produk dari bank tersebut mendapat respon sebanyak 6 responden atau 6% yang menyatakan sangat setuju, 51 responden atau 51% yang menyatakan setuju, 43 responden atau 43% yang menyatakan kurang setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item kelima ($X_{1.5}$) yaitu mengetahui Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri karena petugas datang langsung menemui mendapat respon sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat setuju,

47 responden atau 47% yang menyatakan setuju, 45 responden atau 45% yang menyatakan kurang setuju, 7 responden atau 7% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Item keenam ($X_{1,6}$) yaitu mengetahui Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri setelah mengunjungi dan mendengar informasi langsung dari petugas marketing dan *customer service* mengenai produk yang dimilikinya mendapat respon sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat setuju, 64 responden atau 64% yang menyatakan setuju, 32 responden atau 32% yang menyatakan kurang setuju, 3 responden atau 3% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketujuh ($X_{1,7}$) yaitu mengetahui Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri setelah melihat bank jatim diberbagai acara bakti sosial (penyaluran bantuan) mendapat respon sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan sangat setuju, 74 responden atau 74% yang menyatakan setuju, 24 responden atau 24% yang menyatakan kurang setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item kedelapan ($X_{1,8}$) yaitu nasabah mengetahui Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri setelah melihat bank tersebut menjadi sponsor diberberapa acara mendapat respon sebanyak 8 responden atau 8% yang menyatakan sangat setuju, 69 responden atau 69% yang

menyatakan setuju, 23 responden atau 23% yang menyatakan kurang setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kesembilan ($X_{1,9}$) yaitu mengetahui Bank Jatim Kantor Cabang Kediri karena informasi dari nasabah lain mendapat respon sebanyak 10 responden atau 10% yang menyatakan sangat setuju, 71 responden atau 71% yang menyatakan setuju, 19 responden atau 19% yang menyatakan kurang setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

b. Pengetahuan Produk (X_2)

Tabel 4.2
Deskripsi Data Variabel Pengetahuan Produk (X_2)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
$X_{2,1}$	38	38%	58	58%	4	4%	0	0%	0	0%
$X_{2,2}$	47	47%	52	52%	1	1%	0	0%	0	0%
$X_{2,3}$	14	14%	69	69%	17	17%	0	0%	0	0%
$X_{2,4}$	38	38%	62	62%	0	0%	0	0%	0	0%
$X_{2,5}$	18	18%	82	82%	0	0%	0	0%	0	0%
$X_{2,6}$	32	32%	66	66%	2	2%	0	0%	0	0%
$X_{2,7}$	10	10%	88	88%	2	2%	0	0%	0	0%

Sumber : Data primer, diolah tahun 2020

Variabel pengetahuan produk dalam penelitian ini (X_2) terdiri dari 7 item pernyataan. Item pertama ($X_{2,1}$) yaitu produk Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sangatlah beragam mendapat respon sebanyak 38 responden atau 38% yang menyatakan sangat setuju, 58

responden atau 58% yang menyatakan setuju, 4 responden atau 4% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item kedua ($X_{2.2}$) yaitu kualitas produk Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sangatlah baik mendapat respon sebanyak 47 responden atau 47% yang menyatakan sangat setuju, 52 responden atau 52% yang menyatakan setuju, 1 responden atau 1% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item ketiga ($X_{2.3}$) yaitu mengetahui produk yang diterapkan di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri dan cara untuk bertransaksinya mendapat respon sebanyak 14 responden atau 14% yang menyatakan sangat setuju, 69 responden atau 69% yang menyatakan setuju, 17 responden atau 17% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item keempat ($X_{2.4}$) yaitu produk Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri dapat memberikan manfaat kesejahteraan mendapat respon sebanyak 38 responden atau 38% yang menyatakan sangat setuju, 62 responden atau 62% yang menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item kelima ($X_{2.5}$) yaitu produk Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dan dapat memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari mendapat respon sebanyak 18 responden atau 18% yang menyatakan sangat setuju, 82 responden atau 82% yang menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item keenam ($X_{2.6}$) yaitu produk Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sangatlah memuaskan mendapat respon sebanyak 32 responden atau 32% yang menyatakan sangat setuju, 66 responden atau 66% yang menyatakan setuju, 2 responden atau 2% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item ketujuh ($X_{2.7}$) yaitu akan membeli produk Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri dan akan terus menjadi nasabah di bank ini mendapat respon sebanyak 10 responden atau 10% yang menyatakan sangat setuju, 88 responden atau 88% yang menyatakan setuju, 2 responden atau 2% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

c. **Motivasi Menjauhi Riba (X_3)**

Tabel 4.3
Deskripsi Data Variabel Motivasi Menjauhi Riba (X_3)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
$X_{3.1}$	11	11%	50	50%	39	39%	0	0%	0	0%
$X_{3.2}$	47	47%	49	49%	4	4%	0	0%	0	0%
$X_{3.3}$	62	62%	33	33%	5	5%	0	0%	0	0%
$X_{3.4}$	59	59%	37	37%	4	4%	0	0%	0	0%

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2020

Variabel motivasi menjauhi riba dalam penelitian ini (X_3) terdiri dari 4 item pernyataan. Item pertama ($X_{3.1}$) yaitu memutuskan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri karena ingin diakui telah melakukan transaksi sesuai syariah mendapat respon sebanyak 11 responden atau 11% yang menyatakan sangat setuju, 50 responden atau 50% yang menyatakan setuju, 39 responden atau 39% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item kedua ($X_{3.2}$) yaitu memutuskan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri karena ingin harta bersih dari riba mendapat respon sebanyak 47 responden atau 47% yang menyatakan sangat setuju, 49 responden atau 49% yang menyatakan setuju, 4 responden atau 4% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item ketiga ($X_{3,3}$) yaitu memutuskan menjadi nasabah karena mengetahui bahaya riba mendapat respon sebanyak 62 responden atau 62% yang menyatakan sangat setuju, 33 responden atau 33% yang menyatakan setuju, 5 responden atau 5% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item keempat ($X_{3,4}$) yaitu memutuskan untuk menjahui transaksi yang mengandung riba mendapat respon sebanyak 59 responden atau 59% yang menyatakan sangat setuju, 37 responden atau 37% yang menyatakan setuju, 4 responden atau 4% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

d. Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Tabel 4.4
Deskripsi Data Variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y_1	24	24%	70	70%	6	6%	0	0%	0	0%
Y_2	12	12%	84	84%	4	4%	0	0%	0	0%
Y_3	20	20%	53	53%	27	27%	0	0%	0	0%
Y_4	6	6%	69	69%	25	25%	0	0%	0	0%
Y_5	15	15%	66	66%	19	19%	0	0%	0	0%
Y_6	7	7%	85	85%	8	8%	0	0%	0	0%
Y_7	11	11%	67	67%	22	22%	0	0%	0	0%
Y_8	2	2%	84	84%	14	14%	0	0%	0	0%
Y_9	6	6%	91	91%	3	3%	0	0%	0	0%
Y_{10}	6	6%	92	92%	2	2%	0	0%	0	0%

Variabel keputusan menjadi nasabah dalam penelitian ini (Y) terdiri dari 10 item pernyataan. Item pertama (Y_1) yaitu memutuskan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri karena kebutuhan mendapat respon sebanyak 24 responden atau 24% yang menyatakan sangat setuju, 70 responden atau 70% yang menyatakan setuju, 6 responden atau 6% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item kedua (Y_2) yaitu memutuskan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri karena produk yang dikeluarkan mampu memenuhi kebutuhan mendapat respon sebanyak 12 responden atau 12% yang menyatakan sangat setuju, 84 responden atau 84% yang menyatakan setuju, 4 responden atau 4% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item ketiga (Y_3) yaitu mencari informasi mengenai Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri beserta produknya dari keluarga, teman, tetangga, yang menggunakan produk dari bank tersebut mendapat respon sebanyak 20 responden atau 20% yang menyatakan sangat setuju, 53 responden atau 53% yang menyatakan setuju, 27 responden atau 27% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item keempat (Y_4) yaitu mencari informasi mengenai Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri beserta produknya dari iklan yang

beredar dan web site resmi Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri mendapat respon sebanyak 6 responden atau 6% yang menyatakan sangat setuju, 69 responden atau 69% yang menyatakan setuju, 25 responden atau 25% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item kelima (Y_5) yaitu memilih Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri karena rasa percaya dan keragaman produk yang dimilikinya mendapat respon sebanyak 15 responden atau 15% yang menyatakan sangat setuju, 66 responden atau 66% yang menyatakan setuju, 19 responden atau 19% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item keenam (Y_6) yaitu memilih Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri karena proses administrasinya mudah dan tidak berbelit-belit mendapat respon sebanyak 7 responden atau 7 % yang menyatakan sangat setuju, 85 responden atau 85% yang menyatakan setuju, 8 responden atau 8% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item ketujuh (Y_7) yaitu memutuskan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri karena saran dan pendapat teman yang sudah menjadi nasabah di bank tersebut mendapat respon sebanyak 11 responden atau 11% yang menyatakan sangat setuju, 67 responden atau 67% yang menyatakan setuju, 22 responden atau 22%

yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item kedelapan (Y_8) yaitu memutuskan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri dengan harapan dapat bermanfaat untuk kehidupan sehari-hari dan kedepannya mendapat respon sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan sangat setuju, 84 responden atau 84% yang menyatakan setuju, 14 responden atau 14% yang menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item kesembilan (Y_9) yaitu puas dengan produk yang dikeluarkan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri mendapat respon sebanyak 6 responden atau 6% yang menyatakan sangat setuju, 91 responden atau 91% yang menyatakan setuju, 3 responden atau 3% yang menyatakan kurang setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item kesepuluh (Y_{10}) yaitu puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri mendapat respon sebanyak 6 responden atau 6% yang menyatakan sangat setuju, 92 responden atau 92% yang menyatakan setuju, 2 responden atau 2% yang menyatakan kurang setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Berikut akan disajikan hasil dari uji validitas dan reliabilitas dari masing-masing instrumen yaitu Promosi (X_1), Pengetahuan Produk (X_2), Motivasi Menjauhi Riba (X_3), serta Keputusan Menjadi Nasabah (Y). Dalam uji validitas dan reliabilitas instrumen masing-masing variabel penelitian yang dilakukan menggunakan program SPSS 17.0 *for windows*. Adapun rekapitulasi hasil uji validitas dan reliabilitas dapat disajikan sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Validitas atau biasa disebut kesahihan adalah suatu uji yang fungsinya menunjukkan sejauh mana sebuah alat ukur penelitian mampu mengukur apa yang akan diukur. Sebuah instrumen yang tidak teruji validitasnya bila digunakan penelitian maka akan menghasilkan data yang sulit untuk dipercayai kebenarannya.⁸⁶ Uji validitas dapat dilihat dari korelasi antara masing-masing skor indikator terhadap total skor konstruk.⁸⁷ Jadi apabila nilai taraf signifikan $>$ Sig.(2-tailed) maka menunjukkan hasil yang signifikan dan item pernyataan pada angket tersebut adalah valid.

Berikut adalah rincian tabel hasil uji validitas dari variabel promosi, pengetahuan produk, motivasi menjauhi riba dan keputusan menjadi nasabah dengan 100 sampel responden :

⁸⁶ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik....*,Hal.75.

⁸⁷ Imam Ghozali,*Aplikasi Analisis Multivariate dengan.....*,Hal.54.

1.) Variabel Promosi (X_1)

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Promosi

Item Soal	Sig.(2-tailed)	Tingkat Signifikansi	Keterangan
$X_{1.1}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{1.2}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{1.3}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{1.4}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{1.5}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{1.6}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{1.7}$	0,1 > 0,001	0,1	Valid
$X_{1.8}$	0,1 > 0,001	0,1	Valid
$X_{1.9}$	0,1 > 0,001	0,1	Valid

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Pada tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan variabel promosi mulai dari item 1-9 mempunyai nilai Sig.(2.tailed) lebih kecil dari nilai taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,1 hal ini menunjukkan hasil yang signifikan, dan dapat disimpulkan seluruh item pernyataan pada angket tersebut adalah valid.

2.) Variabel Pengetahuan Produk (X_2)

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk

Item Soal	Sig.(2-tailed)	Tingkat Signifikansi	Keterangan
$X_{2.1}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{2.2}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{2.3}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{2.4}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{2.5}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{2.6}$	0,1 > 0,001	0,1	Valid
$X_{2.7}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Pada tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan variabel pengetahuan produk mulai dari item 1-7

mempunyai nilai Sig.(2.tailed) lebih kecil dari nilai taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,1 hal ini menunjukkan hasil yang signifikan, dan dapat disimpulkan seluruh item pernyataan pada angket tersebut adalah valid.

3.) Variabel Motivasi Menjauhi Riba (X_3)

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Motivasi Menjauhi Riba

Item Soal	Sig.(2-tailed)	Tingkat Signifikansi	Keterangan
$X_{3,1}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{3,2}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{3,3}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid
$X_{3,4}$	0,1 > 0,000	0,1	Valid

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Pada tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan variabel motivasi menjauhi riba mulai dari item 1-4 mempunyai nilai Sig.(2.tailed) lebih kecil dari nilai taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,1 hal ini menunjukkan hasil yang signifikan, dan dapat disimpulkan seluruh item pernyataan pada angket tersebut adalah valid.

4.) Variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

Item Soal	Sig.(2-tailed)	Tingkat Signifikansi	Keterangan
Y_1	0,1 > 0,000	0,1	Valid
Y_2	0,1 > 0,000	0,1	Valid
Y_3	0,1 > 0,000	0,1	Valid
Y_4	0,1 > 0,000	0,1	Valid
Y_5	0,1 > 0,000	0,1	Valid
Y_6	0,1 > 0,000	0,1	Valid
Y_7	0,1 > 0,000	0,1	Valid
Y_8	0,1 > 0,000	0,1	Valid
Y_9	0,1 > 0,011	0,1	Valid
Y_{10}	0,1 > 0,002	0,1	Valid

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Pada tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan variabel keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri mulai dari item 1-10 mempunyai nilai Sig.(2.tailed) lebih kecil dari nilai taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,1 hal ini menunjukkan hasil yang signifikan, dan dapat disimpulkan seluruh item pernyataan pada angket tersebut adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila nantinya akan dilakukan pengukuran untuk yang kedua kalinya atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel, menurut Triton yang dikutip Eko Sujianto ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai *Alpha Croanbach* 0,00 s.d.0,20 berarti kurang reliabel.
- b. Nilai *Alpha Croanbach* 0,21 s.d.0,40 berarti agak reliabel.
- c. Nilai *Alpha Croanbach* 0,42 s.d.0,60 berarti cukup reliabel.
- d. Nilai *Alpha Croanbach* 0,61 s.d.0,80 berarti reliabel.
- e. Nilai *Alpha Croanbach* 0,81 s.d.1,00 berarti sangat reliabel.⁸⁸

⁸⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan*, Hal.97

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Promosi (X_1)	0,675	Reliabel
2.	Pengetahuan Produk (X_2)	0,615	Reliabel
3.	Motivasi Menjauhi Riba (X_3)	0,610	Reliabel
4.	Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,767	Reliabel

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa hasil dari pengujian reliabilitas menunjukkan seluruh pernyataan dalam angket penelitian ini dikatakan reliabel, karena mempunyai nilai *Alpha Cronbach* antara 0,61 s.d.0,80 yang berarti reliabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten, artinya apabila pernyataan ini diajukan kembali akan memperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini ada beberapa Uji Asumsi Klasik yang digunakan antara lain, yaitu :

a. Uji Normalitas

Tujuan dari adanya uji normalitas adalah untuk menguji variabel-variabel dalam penelitian model regresi dapat berdistribusi secara normal atau tidak. Karena jika data tersebut berdistribusi normal maka model regresi tersebut dikatakan baik. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat suatu data itu berdistribusi normal atau tidak adalah pendekatan Kolmogorof-Smirnof. Uji normalitas yang

menggunakan pendekatan Kolmogorof-Smirnof ketentuannya adalah jika propabilitas *Asymp.Sig (2-tailed)* > taraf signifikan maka data berdistribusi normal, dan sebaliknya.⁸⁹ Penelitian ini menggunakan taraf signifikan sebesar 0,1 atau 10%.

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99231116
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.712
Asymp. Sig. (2-tailed)		.692

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

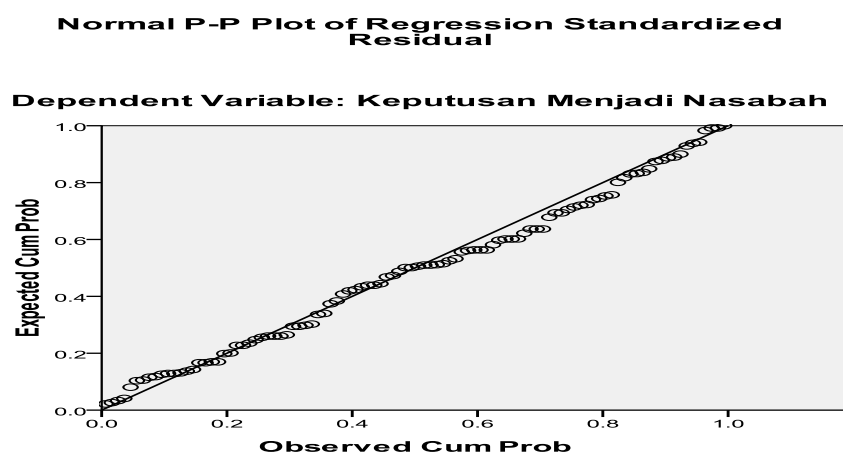
Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* diatas dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai (*Asymp.Sig.2-tailed*) pada variabel promosi, pengetahuan produk, motivasi untuk menjauhi riba dan keputusan menjadi nasabah lebih besar dari taraf signifikansi yang dalam penelitian ini menggunakan taraf sebesar 0,1 yaitu 0,692 > 0,1 dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Normalitas yang kedua yaitu menggunakan Uji Grafik P-Plot dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola

⁸⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan.....*, Hal.78.

distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, dan jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal/grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.⁹⁰



Gambar 4.7

Grafik P-Plot

Dari gambar 4.2 grafik P-Plot diatas dapat diketahui bahwa titik-titik data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan pola berdistribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Dalam sebuah penelitian uji ini memiliki tujuan untuk melihat adakah korelasi atau tidak diantara variabel independen pada suatu model regresi. Karena jika tidak ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel tersebut dapat dipastikan model regresinya baik. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya yaitu

⁹⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan.....*, Hal.163.

variance inflation factor (VIF). Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .⁹¹

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.282	1.622		1.407	.163		
Promosi	.441	.053	.447	8.365	.000	.483	2.070
Pengetahuan Produk	.507	.082	.347	6.200	.000	.441	2.268
Motivasi Menjauhi Riba	.453	.083	.270	5.443	.000	.559	1.789

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas dapat diketahui bahwa ketiga variabel penelitian yaitu variabel X_1 (Promosi), X_2 (Pengetahuan Produk), dan X_3 (Motivasi Menjauhi Riba) memiliki nilai VIF sebesar 2,070 ; 2,268 ; 1,789 dan nilai *tolerance* 0,483 ; 0,441 ; 0,559, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 yang artinya bahwa penelitian ini bebas dari adanya gejala multikolinieritas dan layak dipakai untuk penelitian.

⁹¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan* Hal.107-108.

c. Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (d_l dan d_u).⁹²

Tabel 4.12
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.931 ^a	.868	.864	1.008	1.737

a. Predictors: (Constant), Motivasi Menjauhi Riba, Promosi, Pengetahuan Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Dari data hasil Uji Autokorelasi diatas dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,737, sedangkan nilai Durbin Watson menurut tabel dengan jumlah sampel (n) = 100 dan jumlah variabel independen 3 ($k=3$) didapat angka d_l = 1,61 dan d_u = 1,76. Jadi karena nilai Durbin Watson lebih besar sama dengan d_l dan lebih kecil sama dengan d_u ($d_l \leq d \leq d_u$) maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi dalam penelitian ini.

⁹² *Ibid*, Hal.11-112.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.⁹³ Salah satu cara mengetahui ada atau tidaknya tingkat heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji Glejser.⁹⁴ Uji Glejser mengusulkan untuk meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen.

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.104	1.053		-.099	.921
Promosi	-.011	.034	-.049	-.335	.738
Pengetahuan Produk	.035	.053	.101	.662	.509
Motivasi Menjauhi Riba	.011	.054	.028	.203	.840

Sumber :Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Dari tabel hasil uji heteroskedastisitas (uji glejser) diatas dapat dilihat dengan jelas bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut Ut (AbsUt). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya nilainya diatas tingkat kepercayaan yang dimana dalam penelitian ini menggunakan taraf sebesar 10% atau 0,1. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

⁹³ *Ibid*, Hal.137-138.

⁹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan* Hal.142.

3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

H_0 :Variabel kegiatan promosi tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan seseorang untuk menjadi salah satu nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

H_1 :Variabel kegiatan promosi memiliki pengaruh terhadap Keputusan seseorang untuk menjadi salah satu nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.134	1.771		6.853	.000
	Promosi	.835	.053	.845	15.674	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Berdasarkan perhitungan regresi linier sederhana diatas, maka persamaan regresi untuk variabel promosi adalah sebagai berikut :

$$Y = 12,134 + 0,835 X_1$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi dari variabel promosi (X_1) sebesar 0,835 hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif. Jadi jika variabel promosi (X_1) meningkat sebesar satu satuan, maka keputusan untuk menjadi nasabah (Y) di Bank

Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,835.

Berdasarkan tabel diatas variabel promosi (X_1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 15,674 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,661, maka dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} $15,674 > 1,661$ yang artinya H_0 ditolak dan terima H_1 . Dalam uji diatas juga dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari variabel promosi yaitu 0,000 kurang dari 0,1 yang artinya bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.845 ^a	.715	.712	1.464

a. Predictors: (Constant), Promosi

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai R Square adalah 0,715, hal ini berarti variabel promosi mempengaruhi variabel keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sebesar $0,715 \times 100\% = 71,5\%$. Jadi dari ketiga uji diatas dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

4. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

H_0 : Variabel Pengetahuan Produk tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan seseorang untuk menjadi salah satu nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

H_1 : Variabel Pengetahuan Produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan seseorang untuk menjadi salah satu nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.845	2.468		1.558	.123
	Pengetahuan Produk	1.210	.083	.828	14.591	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Berdasarkan perhitungan regresi linier sederhana diatas, maka persamaan regresi untuk variabel pengetahuan produk adalah sebagai berikut :

$$Y = 3,845 + 1,210 X_2$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi dari variabel pengetahuan produk (X_2) sebesar 1,210 hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif. Jadi jika variabel pengetahuan produk (X_2) meningkat sebesar satu satuan, maka keputusan

untuk menjadi nasabah (Y) di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan mengalami peningkatan sebesar 1,210.

Berdasarkan tabel diatas variabel pengetahuan produk (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 14,591 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,661, maka dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} $14,591 > 1,661$ yang artinya H_0 ditolak dan terima H_1 . Dalam uji diatas juga dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari variabel pengetahuan produk yaitu 0,000 kurang dari 0,1 yang artinya bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.685	.682	1.539

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai R Square adalah 0,685, hal ini berarti variabel pengetahuan produk mempengaruhi variabel keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sebesar $0,685 \times 100\% = 68,5\%$. Jadi dari ketiga uji diatas dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

5. Pengaruh Motivasi Menjauhi Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

H_0 : Variabel Motivasi Menjauhi Riba tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan seseorang untuk menjadi salah satu nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

H_1 : Variabel Motivasi Menjauhi Riba memiliki pengaruh terhadap Keputusan seseorang untuk menjadi salah satu nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.035	1.941		9.290	.000
Motivasi Menjauhi Riba	1.260	.112	.751	11.254	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Berdasarkan perhitungan regresi linier sederhana diatas, maka persamaan regresi untuk variabel motivasi menjauhi riba adalah sebagai berikut :

$$Y = 18,035 + 1,260 X_3$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi dari variabel motivasi menjauhi riba (X_3) sebesar 1,260 hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif. Jadi jika variabel motivasi menjauhi riba (X_3) meningkat sebesar satu satuan, maka keputusan untuk

menjadi nasabah (Y) di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan mengalami peningkatan sebesar 1,260.

Berdasarkan tabel diatas variabel motivasi menjauhi riba (X_3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 11,254 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,661, maka dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} $11,254 > 1,661$ yang artinya H_0 ditolak dan terima H_1 . Dalam uji diatas juga dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari variabel motivasi menjauhi riba yaitu 0,000 kurang dari 0,1 yang artinya bahwa variabel motivasi menjauhi riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751 ^a	.564	.559	1.811

a. Predictors: (Constant), Motivasi Menjauhi Riba

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai R Square adalah 0,564 hal ini berarti variabel pengetahuan produk mempengaruhi variabel keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sebesar $0,564 \times 100\% = 56,4\%$. Jadi dari ketiga uji diatas dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi menjauhi riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

6. Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk dan Motivasi Menjauhi Riba Secara Simultan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

H_0 :Variabel Promosi, Pengetahuan Produk dan Motivasi Menjauhi Riba secara simultan tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan seseorang untuk menjadi salah satu nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

H_1 :Variabel Promosi, Pengetahuan Produk dan Motivasi Menjauhi Riba secara simultan memiliki pengaruh terhadap Keputusan seseorang untuk menjadi salah satu nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Tabel 4.20
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.282	1.622		1.407	.163	
Promosi	.441	.053	.447	8.365	.000	
Pengetahuan Produk	.507	.082	.347	6.200	.000	
Motivasi Menjauhi Riba	.453	.083	.270	5.443	.000	

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber :Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil Analisis Regresi Linier Berganda pada tabel 4.20 diatas, dapat diperoleh persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 2,282 + 0,441X_1 + 0,507X_2 + 0,453X_3 + e$$

Berikut ini adalah interpretasi dari persamaan regresi linier berganda diatas :

- a. Konstanta bernilai positif yaitu 2,282.
- b. Nilai koefisien regresi dari variabel promosi (X_1) sebesar 0,441 hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif, jadi jika variabel promosi (X_1) meningkat sebesar satu satuan, maka keputusan untuk menjadi nasabah (Y) di Bank Jatim Syariah KC Kediri juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,441.
- c. Nilai koefisien regresi dari variabel pengetahuan produk (X_2) sebesar 0,507 hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif, jadi jika variabel pengetahuan produk (X_2) meningkat sebesar satu satuan keputusan untuk menjadi nasabah (Y) di Bank Jatim Syariah KC Kediri juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,507.
- d. Nilai koefisien regresi dari variabel motivasi menjauhi riba (X_3) sebesar 0,453 hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif, jadi jika variabel motivasi menjauhi riba (X_3) meningkat sebesar satu satuan maka keputusan untuk menjadi nasabah (Y) di Bank Jatim Syariah KC Kediri juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,453.

Tabel 4.21
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	639.107	3	213.036	209.794	.000 ^a
	Residual	97.483	96	1.015		
	Total	736.590	99			

a. Predictors: (Constant), Motivasi Menjauhi Riba, Promosi, Pengetahuan Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber : Output SPSS 17, diolah tahun 2020

Pada tabel 4.16 hasil Uji F diatas, dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel(0,1;3;96)}$ dengan nilai $209,794 > 2,14$ dan nilai taraf signifikan adalah $0,000 < 0,1$,sehingga hasil uji hipotesisnya yaitu H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hasil dari output SPSS uji tersebut dapat diartikan atau disimpulkan bahwa variabel independen penelitian promosi (X_1), pengetahuan produk (X_2), dan motivasi menjauhi riba (X_3) secara bersama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Tabel 4.22
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.931 ^a	.868	.864	1.008

a. Predictors: (Constant), Motivasi Menjauhi Riba, Promosi, Pengetahuan Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber : Output SPSS 17, data diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi pada *model summary* diatas dapat diketahui besarnya nilai *R Square* (R^2) adalah 0,868 atau 86,8x100%, hal ini berarti 86,8% variabel keputusan menjadi nasabah (dependen) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independennya yaitu promosi, pengetahuan produk, dan motivasi menjauhi riba. Sedangkan sisanya ($100\% - 86,8\% = 13,2\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Jadi dari ketiga uji diatas dapat disimpulkan bahwa variabel promosi, pengetahuan produk dan motivasi menjauhi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.