

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Latar Belakang Obyek Penelitian

1. Profil Bank Jatim Syariah

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 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. Dalam perjalannya selama tujuh tahun beroperasi BJS telah hadir dengan banyak melakukan pengembangan dan inovasi guna memberikan layanan financial yang terbaik sesuai kebutuhan nasabah melalui beragam produk dengan prinsip syariah.

Sepanjang tahun 2004, 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 2014 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.

Sedangkan Bank Jatim Cabang Syariah Kediri sendiri didirikan dan resmi beroperasi pada tanggal 17 Januari 2013, yang beralamatkan di Jalan Diponegoro no. 50B. Pelayanan menjadi salah satu unsur penting dalam pengembangan bisnis bank, khususnya Bank Jatim Cabang Syariah Kediri. Terkait dengan hal itu, BJS cabang Kediri berkomitmen untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam bertransaksi melalui perluasan jaringan, baik jaringan kantor, layanan syariah, maupun *electronic channel* berupa ATM (*Automatic Teller Machine*, *SMS Banking*, *EDC* dan *Mobile Banking*).

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, edifikasi, dan berorientasi hasil yang sepenuhnya mengutamakan layanan fokus kepada nasabah. Kami menyebut karakter tersebut dengan BJS FASTER (*Fathonah, Amanah, Sidiq, Tabligh, Empati dan Edifikasi, Result Oriented*).

2. Visi Misi

a. Visi :

- 1) Menjadi Bank yang sehat, berkembang secara wajar.

2) Memiliki manajemen dan sumber daya manusia yang profesional

b. Misi :

1) Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Daerah serta ikut mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah.

2) Memperoleh laba yang optimal

Bank Jatim ditopang oleh lima pilar budaya kerja untuk mencapai visi dan misi serta senantiasa menjaga lima pilar budaya kerja di setiap jajaran pegawai. Lima pilar budaya kerja tersebut mencakupi :

1) Bank Jatim merupakan Bank Umum Milik Pemerintah Daerah;

2) Bank Jatim berorientasi pada pasar dan secara berkesinambungan membina hubungan yang saling menguntungkan dengan nasabah dan mitra usaha lainnya;

3) Bank Jatim menerapkan *Good Corporate Governance* dengan mengutamakan prinsip ke hati-hatian guna menjaga kepercayaan masyarakat dan pemilik;

4) Bank Jatim mengakui peranan dan menghargai kepentingan setiap pegawai;

5) Bank Jatim mengupayakan terciptanya semangat kebersamaan agar pegawai melaksanakan tugas dan kewajiban secara profesional

Bank Jatim menetapkan Kompetensi utama (*Core Competency*) yang harus dimiliki bagi seluruh karyawannya. Kompetensi utama tersebut merupakan kompetensi yang dipersyaratkan atau dibutuhkan di setiap fungsi organisasi, tidak terbatas pada level dan kedudukan posisi tertentu.

3. Produk – Produk Bank Jatim Cabang Syariah Kediri

Adapun Produk-Produk dari Bank Jatim Cabang Syariah Kediri antara lain adalah sebagai berikut :

a. Produk Pendanaan

1) Tabungan Barokah

Simpanan dengan prinsip Bagi Hasil (*Mudharabah*) antara Bank dengan Nasabah sesuai nisbah yang telah disepakati, yang penarikannya bisa dilakukan sewaktu-waktu.

Tujuan :

- a) Memberikan kemudahan bagi nasabah dalam berinvestasi sesuai syariah
- b) Memanfaatkan dana tabungan dari nasabah, dengan menyalurkan secara produktif dalam bentuk pembiayaan ke berbagai jenis usaha dari kecil dan menengah hingga tingkat korporasi sesuai prinsip syariah yang Insya Allah barokah.

Manfaat :

- a) Dana nasabah dijamin aman.
- b) Diikutkan dalam program penjaminan pemerintah.
- c) Bagi hasil sangat kompetitif/ bersaing.
- d) Dapat ditarik/disetor setiap saat di seluruh cabang Bank Jatim.
- e) Fasilitas kartu ATM dan dapat berfungsi sebagai kartu Debet, yang bisa diakses ke seluruh jaringan ATM berlogo ATM Bersama dan Prima.

f) Fasilitas SMS Banking.

2) Tabunganku iB

Simpanan dengan menggunakan prinsip *Wadiah Yad Adh Dhamanah* dimana simpanan Anda diperlakukan sebagai titipan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat.

Tujuan :

- a) Memberikan kemudahan bagi nasabah dalam berinvestasi sesuai syariah.
- b) Memanfaatkan dana tabungan dari nasabah dengan menginvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha dari kecil dan menengah hingga tingkat korporasi dengan prinsip syariah yang Insya Allah barokah .

Manfaat :

- a) Dana nasabah dijamin aman.
- b) Diikutkan dalam program penjaminan pemerintah.
- c) Bebas biaya administrasi bulanan.
- d) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan atau untuk referensi Bank Jatim Syariah.
- e) Fasilitas ATM dan SMS Banking.
- f) Bank dapat memberikan bonus atas simpanan Anda secara sukarela.
- g) Insya Allah barokah dengan memberikan manfaat bagi sesama.

3) Tabungan Simpel iB

Tabungan yang cocok untuk yang berjiwa muda, kreatif, dan simpel. Diperuntukkan untuk siswa – siswi usia dibawah 17 tahun dan belum memiliki KTP.

Manfaat :

- a) Dana nasabah dijamin aman;
- b) Diikutkan dalam program penjaminan Pemerintah;
- c) Bebas biaya Administrasi Bulanan;
- d) Bank dapat memberikan bonus atas simpanan Anda secara sukarela;
- e) Insya Allah barokah dengan memberikan manfaat bagi sesama.

4) Tabungan haji amanah

Simpanan yang menggunakan prinsip bagi hasil (*Mudharabah*) tabungan kepercayaan umat untuk mewujudkan niat dan langkah menuju Baitullah dan insya Allah menjadi Haji yang mabrur.

Tujuan :

Memberikan kemudahan bagi nasabah dalam memenuhi panggilan Allah menuju Baitullah.

Manfaat :

- a) Dana nasabah dijamin aman.
- b) Diikutkan dalam program penjaminan pemerintah.
- c) Bebas biaya administrasi bulanan.
- d) Pendaftaran nomor porsi Siskohat didaftarkan setelah saldo rekening min Rp25 juta.

5) Giro amanah

Sarana penyimpanan dana dengan menggunakan prinsip *Wadiah Yad Dhamanah*, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan media cek atau bilyet giro.

Tujuan:

Memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi usaha sesuai syariah.

Manfaat :

- a) Dana nasabah dijamin aman.
- b) Diikutkan dalam program penjaminan pemerintah.
- c) Cek dan bilyet giro diikutkan dalam Sistem Kliring Nasional.
- d) Memudahkan dalam bertransaksi usaha.

6) Deposito barokah

Simpanan berjangka dalam bentuk Deposito dengan prinsip *mudharabah mutlaqah* dengan bagi hasil yang bersaing, aman, dan mententramkan.

Tujuan:

- a) Memberikan kemudahan bagi nasabah dalam berinvestasi sesuai syariah.
- b) Memanfaatkan dana dengan menginvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha dari kecil dan menengah hingga tingkat korporasi dengan prinsip syariah yang Insya Allah barokah.

Manfaat:

- a) Dana nasabah dijamin aman
- b) Diikutkan dalam program penjaminan pemerintah
- c) Bagi hasil sangat kompetitif/bersaing
- d) Dapat dijadikan agunan pembiayaan
- e) Insya Allah barokah dengan memberi manfaat bagi sesama
- f) Pencairan Deposito sebelum jatuh tempo tidak dikenakan penalti
- g) Bagi hasil dapat dikapitalisir (menambah saldo Deposito)

b. Produk Pembiayaan

1) Multiguna syariah

Fasilitas Pembiayaan yang diberikan Bank kepada Nasabah yang mempunyai penghasilan tetap (*fix income*) dengan akad *Murabahah*.

Tujuan : Untuk keperluan produktif dan konsumtif.

Karakteristik :

- a) Menggunakan akad *Murabahah*
- b) Jangka waktu pembiayaan :
 - (1) Pegawai Negeri Sipil maksimal 8 (delapan) tahun.
 - (2) Purnawirawan dan pensiunan PNS maksimal 5 (lima) tahun.
 - (3) Pegawai tetap dari Perusahaan Swasta/Yayasan/Koperasi bonafide maksimal 5 (lima) tahun.
- c) Maksimal Pembiayaan :
 - (1) Pegawai Negeri Sipil sebesar 80% dari gaji yang diterima oleh nasabah

- (2) Purnawirawan dan pensiunan PNS sebesar 80% dari hak pensiun yang diterima nasabah.
 - (3) Pegawai tetap dari Perusahaan Swasta/Yayasan/Koperasi bonafide sebesar 60% dan gaji yang diterima nasabah.
 - d) Pelunasan sebelum jatuh tempo tidak dikenakan penalti.
 - e) Perlindungan asuransi syariah
 - f) Angsuran tetap sampai dengan jatuh tempo pembiayaan.
- 2) Produk *Kafalah*

Berupa Bank Garansi adalah 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.

Karakteristik : Diperuntukkan badan hukum dan lembaga-lembaga lainnya, yang bergerak di bidang jasa konstruksi, pengadaan barang dan jasa, jasa lainnya dan sektor usaha lain yang memenuhi syarat kelayakan.

Jangka Waktu Pembiayaan : Sesuai dengan permintaan dari penerima jaminan atau maksimal sesuai dengan jangka waktu kontrak antara nasabah dan pihak penerima jaminan.

3) Emas iB Barokah

Fasilitas pembiayaan yang diberikan bank kepada Nasabah berdasarkan kesepakatan, dimana nasabah menyerahkan secara fisik barang berharga berupa emas (baik lantakan maupun perhiasan),

selanjutnya bank memberikan Surat Gadai sebagai jaminan pengembalian seluruh atau sebagian hutang nasabah kepada bank.

Tujuan : Memberikan solusi bagi Anda yang membutuhkan dana jangka pendek untuk keperluan yang mendesak, dengan proses cepat dan mudah.

Karakteristik :

- a) Menggunakan akad *Qardh, Rahn* dan *Ijarah*
 - b) Jangka waktu pembiayaan min. 10 hari, maks. 120 hari (4 bulan) dan dapat diperpanjang sampai dengan 2 (dua) kali perpanjangan
 - c) Fleksibel dalam pengaturan pelunasan
 - d) Pelunasan sebelum jatuh tempo tidak dikenakan penalti
 - e) Perlindungan asuransi syariah
 - f) Biaya pemeliharaan dibayar pada saat penebusan
 - g) Nilai pembiayaan sampai dengan 100% dari nilai taksir.
- 4) Kepemilikan logam emas (KLE) IB barokah

Fasilitas Pembiayaan Kepemilikan Logam Emas iB Barokah (KLE iB Barokah) adalah pembiayaan yang diberikan untuk membantu Anda memiliki Emas Lantakan dengan cara mengangsur setiap bulan.

Karakteristik :

- a) Emas yang dibiayai berupa emas lantakan Antam maupun lokal 24 karat.
- b) Jangka waktu pembiayaan minimal 2 tahun dan maksimal 5 tahun.

- c) Angsuran tetap setiap bulannya hingga akhir jatuh tempo pembiayaan.
 - d) Uang muka ringan, yaitu minimal 20% dari harga emas lantakan yang akan dibiayai Bank.
 - e) Nilai Pembiayaan emas dengan minimal berat 10 gram dan maksimal sebesar Rp150.000.000,00 (Seratus lima puluh juta)/nasabah.
 - f) Fasilitas pembayaran angsuran melalui Autodebet.
 - g) Bebas Biaya Provisi dan asuransi.
- 5) Pembiayaan konsumtif dan produktif
- a) Pembiayaan Konsumtif
 - (1) Pembiayaan Multiguna Syariah

Pembiayaan yang diberikan kepada karyawan pemerintah atau swasta bonafide
 - (2) Pembiayaan Pemilikan Kendaraan

Pembiayaan yang ditujukan bagi nasabah yang bermaksud melakukan pembelian/pemilikan kendaraan.
 - (3) Pembiayaan Pemilikan Rumah

Pembiayaan yang ditujukan bagi nasabah yang bermaksud melakukan pembelian rumah (baru/second).

b) Pembiayaan Produktif

(1) Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan untuk keperluan pengadaan barang yang digunakan untuk modal kerja.

(2) Pembiayaan Investasi

Pembiayaan untuk keperluan pembelian barang-barang yang diperlukan untuk keperluan investasi.

6) Umroh iB *Maqbula*

Biayaan kepada Nasabah yang akan melakukan perjalanan Umroh dengan angsuran tetap sampai dengan jangka waktu pembiayaan.

Karakteristik :

- a) Menggunakan akad Ijarah
- b) Untuk membiayai kebutuhan perjalanan Umroh
- c) Diperuntukkan bagi pemohon yang berstatus karyawan tetap perusahaan/instansi bonafide dengan masa kerja min 2 tahun dan wiraswasta
- d) Diperuntukkan juga bagi keluarga nasabah dan pihak lain yang menjadi tanggungan nasabah, sepanjang kemampuan mengangsur nasabah mencukupi (maks. 80% dari penghasilan bersih nasabah)
- e) Plafond pembiayaan maks. 80% dari biaya umroh
- f) Jangka waktu pembiayaan maks. 3 tahun

- g) Angsuran tetap setiap bulannya hingga akhir jatuh tempo pembiayaan
- h) Dapat diangsur setelah pulang dari Umroh
- i) Biaya administrasi ringan
- j) Perlindungan asuransi syariah
- k) Fasilitas pembayaran angsuran melalui Autodebet.

7) KPR iB Griya Barokah

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

Tujuan :

Pemilikan rumah, rusun, ruko, rukan dan apartemen di lingkungan perumahan maupun bukan perumahan, kondisi baru maupun lama.

Karakteristik :

- a) Menggunakan akad *murabahah* yaitu akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.
- b) Jangka waktu pembiayaan maksimal 15 tahun.
- c) Fleksibel untuk pembelian rumah baru atau *second*.

Manfaat :

- a) Angsuran ringan dan tetap.
- b) Proses cepat dan mudah.
- c) Biaya administrasi ringan.
- d) Perlindungan asuransi syariah.
- e) Online pembayaran angsuran di seluruh cabang Bank Jatim, jaringan ATM Bersama dan ATM Prima.

8) *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik (IMBT)*

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

a) Objek Sewa :

- (1) Properti (rumah, ruko, gudang, rukan, rusun);
- (2) Peralatan/*Appliances* (peralatan medis, peralatan industri/pabrik, mesin industri/pabrik);
- (3) Alat – alat transportasi;
- (4) Alat – alat berat.

b) Manfaat :

- (1) Proses cepat dan mudah;
- (2) Biaya administrasi ringan;
- (3) Perlindungan asuransi syariah.

9) Pembiayaan Koperasi (PKOP & PKPA)

Pembiayaan yang diberikan kepada koperasi dan/atau anggotanya dengan menggunakan akad *Mudharabah*.

Tujuan :

- a) Pembiayaan yang diberikan kepada koperasi dan/atau anggotanya dengan menggunakan akad Mudharabah;
- b) Meningkatkan peranan Bank dalam penyaluran pembiayaan kepada koperasi;

c. Layanan

1) Surat Dukungan

Merupakan surat keterangan yang diterbitkan oleh Bank Jatim Syariah atas permintaan nasabah untuk kepentingan persyaratan dalam mengikuti tender proyek pemerintah ataupun swasta

2) Surat Referensi Bank

Surat keterangan yang diterbitkan Bank Jatim Syariah atas permintaan nasabah untuk tujuan tertentu sebagai pernyataan bahwa nasabah tersebut adalah benar-benar nasabah Bank Jatim Syariah

3) Transfer RTGS

Jasa Transfer uang valuta rupiah antara bank baik dalam satu kota maupun antar kota secara *real time*. Hasil transfer efektif dalam hitungan menit. Biaya transfer RTGS :

4) Transfers SKN

Jasa pemindahan dana antar Bank dalam wilayah Nasional (untuk transfer) dan satu wilayah kliring lokal (untuk kliring Debet menggunakan sarana Cek, BG dan Nota Debet)

5) Western Union

Adalah jasa pengiriman uang/penerimaan kiriman uang secara cepat (*real time on line*) yang dilakukan lintas negara, dimana pengirim/penerima tidak harus memiliki rekening di bank atau tidak harus berdomisili tetap di negara pengirim atau di negara tujuan transfer

6) ATM

- a) Bisa di transaksikan di mesin ATM manapun yang bertanda ATM Bersama dan ATM Prima
- b) Bisa ditransaksikan di mesin CDM (*Cash Deposit Machine*) untuk setoran tunai berupa uang kertas dengan pecahan Rp10.000, 20.000, 50.000 dan 100.000
- c) Bisa difungsikan sebagai kartu debit yang bisa digunakan untuk berbelanja di merchant-merchant yang berlogo Debit BCA
- d) Batas penarikan/pindah buku melalui mesin ATM per hari minimal Rp50.000,00 dan maksimal sebesar Rp10.000.000,- atau sesuai saldo terakhir
- e) Didukung layanan MEPS (Malaysian Electronic Payment System) untuk orang Indonesia yang berada di Indonesia
- f) Penarikan tunai di ATM manapun tidak dikenakan biaya
- g) transfer antar Bank peserta ATM Bersama maupun Prima secara *real time online*
- h) Dapat digunakan untuk pembyaran tagihan Telepon, PBB, Tagihan Telkomsel, XL, Esia, dan Fren

- i) Dapat digunakan untuk pembelian pulsa Simpati, As, XL, Esia, dan Fren

7) SMS Banking

Layanan perbankan berbasis teknologi selular yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan dimana dan kapan saja

Jenis transaksi via SMS Banking Bank Jatim Syariah :

- a) Informasi saldo rekening
- b) Informasi 3 Transaksi terakhir
- c) Transfer antar rekening Bank Jatim/Bank Jatim Syariah maksimum Rp5.000.000,00
- d) Pembayaran tagihan telepon selular pasca bayar (Telkomsel, XL, Esia, dan Fren)
- e) Pembelian pulsa kartu telepon selular pra bayar (Simpati, As, XL, Esia, dan Fren)

8) Call Center "Info Bank Jatim 14044"

Layanan yang diberikan meliputi :

- a) Informasi tentang semua produk Bank Jatim Syariah
- b) Informasi Saldo
- c) Informasi Transaksi terakhir
- d) Melakukan pengaman dini atas rekening nasabah, seperti hilang kartu ATM

- e) Menampung keluhan nasabah terhadap layanan yang kurang memuaskan.

4. Job Description

Berikut bagian-bagian pelayanan di Bank Jatim Syariah :

a. Pelayanan Nasabah (PN)

- 1) Memberikan informasi, memperkenalkan serta menawarkan produk Bank Jatim Syariah kepada nasabah atau calon nasabah, seperti tabungan IB, Tabunganku, Giro Amanah, Deposito Barokah, dll
- 2) Melayani sesuai kebutuhannya dalam kegiatan seperti pembukaan rekening baru, penutupan rekening, pencetakan rekening Koran, informasi saldo nasabah, pembukaan kartu ATM, mencetak dan menjual buku cek/ bilyet giro, penggantian buku tabungan. Dls
- 3) Melayani keluhan nasabah yang berkaitan dengan produk Bank Jatim Syariah
- 4) Memelihara dan mengadministrasikan semua file data atau rekening-rekening nasabah Bank Jatim Syariah
- 5) Melakukan monitor atas deposito yang akan jatuh tempo dan mengkonfirmasi nasabah pemilik deposito tersebut
- 6) Mencetak bukti perpanjangan deposito serta memastikan bunga deposito yang diberikan sesuai surat edaran terbaru
- 7) Memeriksa stock buku tabungan, ATM, materai, buku giro dll
- 8) Memeriksa kembali dokumen dan stempel untuk pembukuan

- 9) Melakukan monitor atas save deposit books yang akan jatuh tempo dan mengkonfirmasi nasabahnya
- 10) Pengelolaan terhadap rekening yang tidak 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 memindah bukukan saldo kepada pihak yang berhak)
- 14) Pencairan Cek

b. Pembiayaan

- 1) Admin Pembiayaan
 - a) 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
 - b) Membuat laporan nominatif
 - c) Mengarsip data-data nasabah pembiayaan
 - d) Merapikan serta menyimpan jaminan nasabah
 - e) Menerima pembayaran angsuran dari nasabah / debitur
- 2) Analis Pembiayaan
 - a) Memberikan informasi, memperkenalkan serta menawarkan produk Bank Jatim Syariah kepada nasabah atau calon nasabah, seperti pembiayaan talangan haji, talangan umroh, KPR IB Griya Barokah,

(Pembelian rumah baru, second dan renovasi), Pembiayaan modal kerja, pembiayaan koperasi pada anggota dls

- b) Melakukan koordinasi setiap pelaksanaan tugas-tugas marketing dan pembiayaan (Kredit) dari unit / bagian berada dibawah supervisinya, hingga dapat memberikan pelayanan keutuhan perbankan bagi nasabah secara efisien dan efektif yang dapat memuaskan dan menguntungkan baik bagi nasabah maupun bagi bank syariah
- c) Menganalisis calon nasabah yang mengajukan pembiayaan apakah layak atau tidak dalam memenuhi persyaratan pengajuan
- d) Melakukan monitoring, evaluasi, review terhadap kualitas portofolio pembiayaan (Kredit) yang telah diberikan dalam rangka pengaman atas setiap pembiayaan (Kredit) yang telah diberikan
- e) Menyusun strategi - planning dan selaku marketing/ sosialisasi nasabah baik dalam rangka penghimpunan sumberdana maupun alokasi pemberian pembiayaan secara efektif dan terarah.

c. 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, dan angsuransi pegawai serta hak-hak pegawai lainnya

- 3) Mengadakan pencatatan dan pendistribusian barang-barang persediaan kepada seluruh penyelia yang membutuhkan serta membuat pertanggung jawaban tiap akhir bulan.
- 4) Mengelola barang-barang persediaan dan inventaris kantor beserta asset bank sekaligus Pengamanannya termasuk asuransi.
- 5) Menyusun laporan berkala atas kegiataanya
- 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) Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengendalikan biaya yang terjadi di bawah lingkungan wewenangnya.

d. *Pramubakti*

Menjaga dan memelihara kebersihan, keindahan, dan kenyamanan di dalam dan sekitar kantor serta membantu karyawan yang memerlukan sesuatu guna menjamin kelancaran tugas dan pekerjaannya.

e. *Driver*

Melayani transportasi seluruh karyawan bank baik di dalam maupun diluar kota guna membantu kelancaran operasional tugas dan pekerjaan karyawan.

f. *Security*

Menjaga keamanan atas harta benda atau asset milik Bank yang tersimpan didalam kantor serta disekitar lingkungan gedung kantor dari

pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab pada saat jam kantor maupun diluar jam kantor dan bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas-tugas tersebut.

B. Deskripsi Data Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah penabung dari Bank Jatim Cabang Syariah Kediri yang berjumlah 3969 orang. Adapun sampel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 orang responden dengan tehnik *probability sampling* dengan *sample random* atau sampel yang diambil secara acak dan rumus yang digunakan untuk menghitung sampel adalah dengan menggunakan rumus Slovin (10%). Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan.

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 karakteristik, diantaranya yakni:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	46	46%
2	Perempuan	52	52%
Total		98	98%

Sumber: data primer penelitian diolah 2016

Dari tabel 4.1 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada nasabah Bank Jatim Cabang Syariah Kediri hasilnya adalah 46 orang atau 46% untuk responden jenis kelamin laki-laki dan 52

orang atau 52% untuk responden jenis kelamin perempuan. Terdapat perbandingan jumlah nasabah tabungan antara laki-laki dan perempuan, dimana nasabah perempuan lebih banyak 6% dibandingkan dengan nasabah laki-laki. Hal ini membuktikan bahwa, minat menabung nasabah perempuan lebih besar daripada minat menabung nasabah laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
1	SMP	12	12%
2	SMA	35	35%
3	Diploma	14	14%
4	S1/ S2/ S3	37	37%
Total		98	98%

Sumber: data primer penelitian diolah 2016

Dari tabel 4.2 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada nasabah Bank Jatim Cabang Syariah Kediri didominasi oleh responden lulusan Sarjana (S1/S2/S3). Dimana nasabah penabung lulusan Sarjana yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 37% atau 37 orang, lulusan SMA sebanyak 35% atau 35 orang, lulusan Diploma sebanyak 14% atau 14 orang, sedangkan sisanya adalah lulusan dari SMP sebanyak 12% atau 12 orang. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir ini menunjukkan bahwa Bank Jatim Cabang Syariah Kediri diminati dari berbagai kalangan, dari kalangan menengah keatas sampai kalangan menengah kebawah.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	PNS	17	17%
2	Pegawai Swasta	23	23%
3	Mahasiswa/ Pelajar	25	25%
4	Wiraswasta	28	28%
5	Lain-lain	5	5%
Total		98	98%

Sumber : data primer penelitian diolah 2016

Dari tabel 4.3 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada nasabah penabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri didominasi oleh responden dengan pekerjaan Wiraswasta. Dimana nasabah penabung dengan pekerjaan wiraswasta yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 28 orang atau 28%, PNS sebanyak 17 orang atau 17%, Pegawai swasta sebanyak 23 orang atau 23%, Mahasiswa/Pelajar sebanyak 25 orang atau 25% dan Lain-lain sebanyak 5 orang atau 5%. Tingginya presentase pada pekerjaan wiraswasta sebagai pekerjaan paling banyak dimiliki oleh nasabah penabung di Bank Jatim menunjukkan bahwa, rata-rata nasabah penabung adalah orang-orang yang memiliki atau membuka usaha sendiri dibidangnya masing-masing.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Jumlah Pendapatan

No	Jumlah Pendapatan	Jumlah	Presentase
1	< Rp 1.000.000	22	22%
2	Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000	17	17%
3	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000	33	33%
4	> Rp 5.000.000	26	26%
Total		98	98%

Sumber : data primer penelitian diolah 2016

Dari tabel 4.4 diketahui bahwa, dari 98 responden dalam penelitian karakteristik berdasarkan jumlah pendapatan yang paling mendominasi adalah nasabah yang berpendapatan 2.500.000 – 5.000.000 sebanyak 33 orang atau 33%, pada pendapatan > 5.000.000 sebanyak 26 orang atau 26%, pada pendapatan < 1.000.000 sebanyak 22 orang atau 22%, sedangkan sisanya dengan pendapatan 1.000.000 – 2.500.000 sebanyak 17 orang atau 17%.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi

No	Jumlah transaksi	Jumlah	Presentase
1	1 kali	16	16%
2	2 kali	15	15%
3	Lebih dari 2 kali	67	67%
Total		98%	98%

Sumber : data primer penelitian diolah 2016

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan banyaknya transaksi pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri didominasi oleh nasabah yang melakukan transaksi lebih dari 2 kali. Hal ini dibuktikan dari 98 responden penabung yang melakukan transaksi lebih

dari 2 kali sebanyak 67 orang atau 67%, dan nasabah yang melakukan transaksi 1 kali sebanyak 16 orang atau 16%, sedangkan sisanya melakukan transaksi sebanyak 2 kali sebesar 15 orang atau 15%.

C. Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas yaitu *Internal Marketing* (X_1), *Eksternal Marketing* (X_2), *Interactive Marketing* (X_3) dan variabel terikatnya adalah Keputusan Nasabah Menabung (Y) dengan penelitian seluruh nasabah penabung pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri. Berdasarkan pada hasil penelitian dari empat variabel yang diajukan, dapat diketahui gambaran tanggapan 98 nasabah penabung sebagai responden. Dan berikut ini adalah tabel dan deskripsi tentang tanggapan para responden.

Tabel 4.6
Data Deskripsi Variabel *Internal Marketing* (X₁)

Indikator / Item	Skor Jawaban				
	5	4	3	2	1
a. Indikator <i>Vertical Communications</i>					
1. Komunikasi antara Pimpinan dengan karyawan pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri terjalin dengan baik sehingga membuat nasabah merasa nyaman bertransaksi di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri	7	59	32	0	0
2. Komunikasi antara petugas Penyelia dengan karyawan pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri terjalin sangat komunikatif sehingga membuat nasabah merasa nyaman bertransaksi di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri	15	66	17	0	0
3. Komunikasi yang terjalin baik petugas <i>Customer Service</i> dan petugas <i>Teller</i> dengan <i>security</i> terjalin dengan baik sehingga memberikan kenyamanan pada nasabah saat bertransaksi di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri	30	62	6	0	0
b. Indikator <i>Horizontal Communications</i>					
1. Komunikasi antara satu karyawan dengan karyawan lain di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri pada saat bekerja berjalan dengan efektif sehingga membuat nasabah merasa senang bertransaksi di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri	27	68	3	0	0
2. Komunikasi yang diciptakan karyawan pada saat melayani nasabah berjalan dengan komunikatif sehingga nasabah merasa sangat dihargai pada saat melakukan transaksi di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri	54	40	4	0	0
Total	133	295	62	0	0
Total %	13,3%	29,5%	6,2%	0%	0%

Sumber : data primer penelitian diolah 2016

Pada tabel 4.6 dapat diketahui bahwa, dari 98 responden nasabah penabung jawaban tertinggi menyatakan Setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel *Internal Marketing* yang diajukan oleh peneliti

dalam bentuk kuesioner. Dimana jawaban Setuju sebanyak 295 butir atau 29,5% nasabah yang menjawab Setuju, 133 butir atau 13,3% nasabah menjawab Sangat Setuju, 62 butir atau 6,2% nasabah menjawab Netral, sedangkan sisanya 0 butir atau 0% nasabah menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan tanggapan Setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel *Internal Marketing* menunjukkan, bahwa strategi pemasaran *Internal Marketing* yang dilakukan oleh Bank Jatim Cabang Syariah Kediri selama ini telah cukup banyak mempengaruhi minat calon nasabah, sehingga nasabah pada akhirnya mengambil keputusan untuk menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri. Strategi pemasaran *Internal Marketing* tersebut misalkan saja adalah dengan adanya komunikasi yang terjalin dengan baik dan kekeluargaan antara semua staff dari Bank Jatim Cabang Syariah Kediri sehingga membuat nasabah merasa nyaman bertransaksi di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

Tabel 4.7
Data Deskripsi Variabel *Eksternal Marketing* (X₂)

Indikator / Item	Skor Jawaban				
	5	4	3	2	1
a. Indikator <i>Front Office</i>					
1. Petugas <i>Teller</i> pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri melayani nasabah dengan baik dan professional	26	63	9	0	0
2. Petugas <i>Customer Service</i> pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri komunikatif dan ramah dalam melayani nasabah	29	58	11	0	0
b. Indikator <i>Advertising</i>					
1. Saya mengetahui produk-produk tabungan yang dimiliki Bank Jatim Cabang Syariah Kediri dari brosur	21	62	15	0	0
c. Indikator <i>Sales Promotion</i>					
1. Saya mengetahui produk-produk tabungan yang dimiliki Bank Jatim Cabang Syariah Kediri dari promosi penjualan langsung yang dilakukan oleh agen <i>marketing</i> Bank Jatim Cabang Syariah Kediri	26	58	14	0	0
d. Indikator <i>Direct Marketing</i>					
1. Saya mengetahui produk-produk tabungan yang dimiliki Bank Jatim Cabang Syariah Kediri dari penawaran petugas <i>Customer Service</i> Bank Jatim Cabang Syariah Kediri pada saat saya berkunjung langsung ke Bank	22	63	12	1	0
Total	124	304	61	1	0
Total %	12,4%	30,4%	6,1%	0,1%	0%

Sumber : data primer penelitian diolah 2016

Pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa, dari 98 responden nasabah penabung jawaban yang tertinggi menyatakan Setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel *Eksternal Marketing* yang diajukan oleh peneliti dalam bentuk kuesioner. Dimana jawaban Setuju sebanyak 304 butir atau 30,4% nasabah yang menjawab Setuju, 124 butir atau 12,4% nasabah menjawab Sangat Setuju, 61 butir atau 6,1% nasabah menjawab Netral,

sedangkan sisanya 1 butir atau 0,1% nasabah menjawab Tidak Setuju. Dengan tanggapan Setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel *Eksternal Marketing* menunjukkan, bahwa tidak hanya strategi pemasaran *Internal Marketing* saja yang mempengaruhi nasabah sehingga nasabah mengambil keputusan untuk menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, melainkan strategi pemasaran *Eksternal Marketing*, juga mempengaruhi nasabah untuk menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri. Dimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Jatim Cabang Syariah Kediri tersebut salah satunya adalah dengan adanya iklan untuk memasarkan produk-produk yang dimiliki yakni misalnya saja dalam bentuk brosur. Dengan adanya brosur tersebut, maka para calon nasabah dapat mengetahui produk-produk apa saja yang dimiliki oleh Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, sehingga nasabah dapat dengan mudah memilih produk mana yang sesuai dengan keinginan serta kebutuhan mereka.

Tabel 4.8
Data Deskripsi Variabel *Interactive Marketing* (X₃)

Indikator / Item	Skor Jawaban				
	5	4	3	2	1
a. Indikator <i>Personal Seling</i>					
1. Petugas <i>Customer Service</i> dan petugas <i>Teller</i> Bank Jatim Cabang Syariah Kediri selalu menerapkan budaya 3S (senyum, sapa, salam) pada saat melayani nasabah	39	57	2	0	0
2. Saya tertarik untuk menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri karena informasi yang telah diberikan oleh pihak <i>Customer Service</i> terkait keunggulan-keunggulan yang dimiliki masing-masing produk tabungan	41	51	6	0	0
b. Indikator <i>Customer Service Center</i>					
1. Pelayanan yang diberikan oleh pihak karyawan Bank Jatim Cabang Syariah Kediri melalui telepon / via telepon cukup jelas dan mudah dimengerti sehingga tidak terjadi <i>miss</i> komunikasi	24	45	21	8	0
c. Indikator <i>Service Encounters</i>					
1. Fasilitas yang tersedia di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri sangat baik sehingga mmeberikan kenyamanan para nasabah pada saat bertransaksi	47	36	15	0	0
2. Ruang tunggu / kursi tunggu yang disediakan Bank Jatim Cabang Syariah Kediri sangat cukup dan memadai sehingga tidak ada nasabah yang sampai berdiri pada saat menunggu antrian	30	61	7	0	0
Total	181	250	51	8	0
Total %	18,1%	25%	5,1%	0,8%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah 2016

Pada tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa, dari 98 responden nasabah penabung jawaban yang tertinggi menyatakan Setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel *Interactive Marketing* yang diajukan oleh peneliti dalam bentuk kuesioner. Dimana jawaban Setuju sebanyak 250

butir atau 25% nasabah yang menjawab Setuju, 181 butir atau 18,1% menjawab Sangat Setuju, 51 butir atau 5,1% nasabah menjawab Netral. Dan 8 butir atau 0,8% menjawab Tidak Setuju. Dengan tanggapan Setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel *Interactive Marketing* menunjukkan, bahwa tidak hanya adanya strategi pemasaran *Internal Marketing* dan *Eksternal Marketing* saja yang mampu menarik perhatian serta minat calon nasabah sehingga mereka mengambil keputusan untuk menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, melainkan ada juga strategi pemasaran yang lain, yakni *Interactive Marketing*. Strategi pemasaran *Interactive Marketing* yang dilakukan oleh pihak Bank Jatim Cabang Syariah Kediri ini, salah satunya adalah dalam bentuk pemberian pelayanan yang prima kepada semua nasabah yang melakukan transaksi. Pelayanan prima tersebut misalnya saja adalah dengan selalu menerapkan budaya 3S yakni Senyum, Sapa, Salam oleh para karyawannya dalam setiap melayani nasabah yang datang ke bank sehingga membuat nasabah merasa senang merasa selalu dihargai setiap melakukan transaksi di Bank Jatim Cabang Syariah. Selain dengan memberikan pelayanan prima, strategi pemasaran *Interactive Marketing* yang lainnya yang dilakukan oleh Bank Jatim Cabang Syariah Kediri adalah dengan memberikan fasilitas yang memadai sehingga membuat nasabah merasa nyaman dan mudah untuk bertransaksi di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

Tabel 4.9
Diskripsi Variabel Keputusan Nasabah Menabung (Y)

Indikator / Item	Skor Jawaban				
	5	4	3	2	1
a. Indikator Kebudayaan 1. Apakah budaya menabung sudah menjadi kebiasaan yang biasa saya dan orang-orang di sekitar saya lakukan	31	56	9	2	0
b. Indikator Sosial 1. Saya menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri karena orang tua, keluarga, dan teman-teman saya juga menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri	21	62	14	1	0
c. Indikator Pribadi 1. Saya menabung karena saya ingin berjaga-jaga untuk masa depan saya dan keluarga saya	21	67	9	1	0
d. Indikator Motivasi 1. Kebiasaan menabung merupakan motivasi diri untuk saya agar bersikap hemat	27	59	12	0	0
2. Saya menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri karena menurut informasi yang saya dengar produk-produk tabungan di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri memberikan keuntungan yang cukup besar	15	66	16	1	0
Total	115	310	60	5	0
Total %	11,5%	31%	6%	0,5%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah 2016

Pada tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa, dari 98 responden nasabah penabung jawaban yang tertinggi menyatakan Setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel keputusan nasabah menabung yang diajukan oleh peneliti dalam bentuk kuesioner. Dimana jawaban Setuju sebanyak 310 butir atau 31% nasabah yang menjawab Setuju, 115 butir atau 11,5% menjawab Sangat Setuju, 60 butir atau 6% nasabah menjawab Netral. Dan 5 butir atau 0,5% menjawab Tidak Setuju. Dengan

tanggapan Setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel keputusan nasabah menunjukkan, bahwa tingkat keputusan nasabah dalam menabung di Bank Jatim Syariah sangat tinggi, hal ini terbukti dengan banyaknya nasabah yang meningkatkan jumlah tabungan dan terus menurus kembali menggunakan produk-produk yang dimiliki oleh Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

D. Hasil Analisis

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

a. Uji Validitas

Pengujian pada item-item pernyataan yang diujikan pada responden diuji dengan uji validitas, pengujian validitas dimaksudkan untuk menentukan suatu item layak digunakan dalam uji validitas dilakukan dengan menggunakan *pearson correlation* dan bantuan *software SPSS Versi 20*. dari uji validitas didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	<i>Corrected Item Correlation</i>	Keterangan
<i>Internal Marketing</i>	Pertanyaan 1	,542	Valid
	Pertanyaan 2	,586	Valid
	Pertanyaan 3	,469	Valid
	Pertanyaan 4	,590	Valid
	Pertanyaan 5	,476	Valid
<i>Eksternal Marketing</i>	Pertanyaan 1	,536	Valid
	Pertanyaan 2	,396	Valid
	Pertanyaan 3	,492	Valid
	Pertanyaan 4	,425	Valid
	Pertanyaan 5	,302	Valid
<i>Interactive Marketing</i>	Pertanyaan 1	,451	Valid
	Pertanyaan 2	,341	Valid
	Pertanyaan 3	,471	Valid
	Pertanyaan 4	,405	Valid
	Pertanyaan 5	,398	Valid
Keputusan Nasabah Menabung	Pertanyaan 1	,561	Valid
	Pertanyaan 2	,437	Valid
	Pertanyaan 3	,370	Valid
	Pertanyaan 4	,352	Valid
	Pertanyaan 5	,329	Valid

Sumber : Output SPSS 20, data primer diolah 2016

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui seluruh item pada setiap variabel adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibandingkan 0,3. Sehingga, dalam

penelitian ini semua item dalam instrument telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*. Dari uji validitas dengan bantuan *software SPSS Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>
<i>Internal Marketing</i>	,762
<i>Eksternal Marketing</i>	,674
<i>Interactive Marketing</i>	,658
Keputusan Nasabah Menabung	,656

Sumber : Output SPSS 20, data primer diolah 2016

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, nilai *Cronbach Alpha* untuk masing-masing variabel-variabel adalah sebagai berikut:

- 1) *Internal Marketing* reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *Alpha Cronbach* yang reliabel yaitu dengan nilai 0,61 – 0,80. Dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel *Internal Marketing* mempunyai nilai *Cronbach Alpha* 0,762.
- 2) *Eksternal Marketing* reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *Cronbach Alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel *Eksternal Marketing* mempunyai nilai *Cronbach Alpha* 0,674

- 3) *Interactive Marketing* reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *Cronbach Alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel *Interactive Marketing* mempunyai nilai 0,658
- 4) Keputusan Nasabah Menabung reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *Cronbach Alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel keputusan nasabah menabung mempunyai nilai 0,656.

2. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas dapat digunakan uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Dari uji normalitas dengan bantuan *software SPSS for windows Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Internal Marketing	Eksternal Marketing	Interactive Marketing	Keputusan Nasabah Menabung
N		98	98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	20,72	20,63	21,29	20,46
	Std. Deviation	1,999	2,012	2,056	2,032
Most Extreme Differences	Absolute	,114	,134	,136	,120
	Positive	,111	,134	,122	,120
	Negative	-,114	-,109	-,136	-,115
Kolmogorov-Smirnov Z		1,125	1,323	1,345	1,188
Asymp. Sig. (2-tailed)		,159	,061	,054	,119

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS 20, data primer diolah 2016

Dari tabel 4.12 diatas, dapat diketahui pada uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*. Dapat diketahui pada masing-masing variabel berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) yang lebih dari 0,05. Pada variabel *Internal Marketing* (X_1) memiliki nilai signifikansi $0,159 > 0,05$, variabel *Eksternal Marketing* (X_2) memiliki nilai signifikansi $0,061 > 0,05$, pada variabel *Interactive Marketing* (X_3) memiliki nilai signifikansi $0,054 > 0,05$, dan pada variabel keputusan nasabah menabung (Y) memiliki nilai signifikansi $0,119 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal, sehingga dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui gejala korelasi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel bebas. Dimana untuk dapat mendeteksi adanya multikolinearitas jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 (<10) maka terbebas dari multikolinearitas. Dengan bantuan *software SPSS for windows Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	Internal Marketing	,578	1,729
	Eksternal Marketing	,614	1,629
	Interactive Marketing	,633	1,581

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung
Sumber: Output SPSS 20, data primer diolah 2016

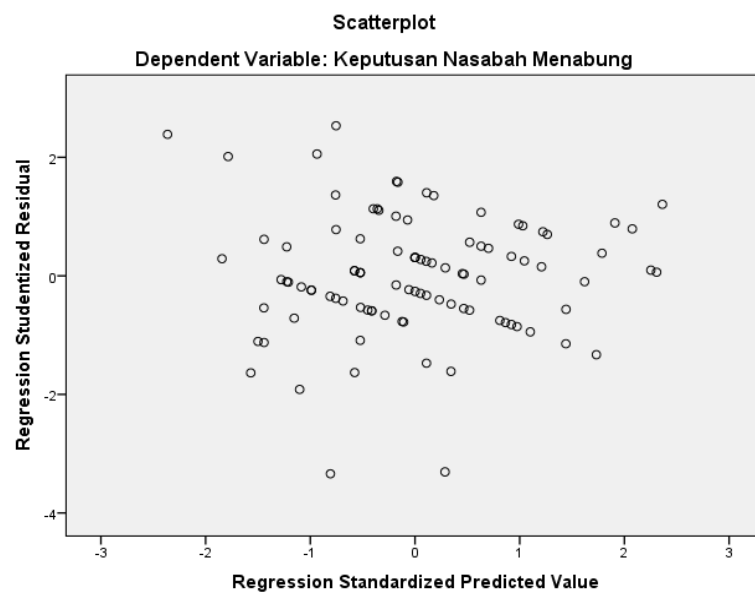
Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai VIF pada *Internal Marketing* sebesar 1,729; pada *Eksternal Marketing* sebesar 1,629; dan pada *Interactive Marketing* sebesar 1,581. Hal ini menunjukkan bahwa variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena semua hasil VIF lebih kecil dari 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari bantuan *software SPSS for windows Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Gambar 4.1

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS 20, data primer diolah 2016

Dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada Sumbu Y. hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model ini layak untuk dipakai.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berguna untuk menganalisis hubungan linear antara 2 variabel independen atau lebih dengan 1 variabel dependen. Untuk menentukan persamaan linear yang menggunakan lebih dari dua variabel maka peneliti menggunakan bantuan komputer program *SPSS 20 For Windows*. Secara ringkas hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,728	2,219		3,483	,001
1 Internal Marketing	,058	,118	,057	,495	,622
Eksternal Marketing	,304	,114	,301	2,674	,009
Interactive Marketing	,247	,110	,250	2,256	,026

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

Sumber: Output SPSS 20, data primer diolah 2016

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel diatas maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

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

atau

$$Y = 7,728 + 0,058 X_1 + 0,304 X_2 + 0,247 X_3$$

Penjelasan dari persamaan fungsi regresi linear berganda diatas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 7,728 menyatakan bahwa apabila tidak terdapat variabel *Internal Marketing*, *Eksternal Marketing*, dan *Interactive Marketing* maka keputusan nasabah menabung sebesar 7,728 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi variabel *Internal Marketing* (b_1) bernilai positif yaitu 0,058. Menyatakan bahwa setiap peningkatan (karena tanda positif) *Internal Marketing* sebesar satu satuan maka keputusan nasabah menabung juga akan meningkat sebesar 0,058 satuan atau 5,8% , dan sebaliknya, jika *Internal Marketing* turun sebesar satu satuan, maka keputusan nasabah menabung juga akan mengalami penurunan sebesar 0,058 satuan dengan anggapan independen lain nilainya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi *Eksternal Marketing* (b_2) bernilai positif yaitu 0,304. Menyatakan bahwa setiap peningkatan (karena tanda positif) *Eksternal Marketing* sebesar satu satuan maka keputusan nasabah menabung juga akan meningkat sebesar 0,304 satuan atau 30,4% , dan sebaliknya, jika *Eksternal Marketing* mengalami penurunan satu satuan maka keputusan nasabah menabung juga akan mengalami penurunan sebesar 0,304 satuan dengan anggapan independen lain nilainya tetap.
- d. Nilai koefisien regresi *Interactive Marketing* (b_3) bernilai positif yaitu 0,247. Menyatakan bahwa setiap peningkatan (karena tanda positif) *Interactive Marketing* sebesar satu satuan maka keputusan nasabah

menabung juga akan meningkat sebesar 0,247 satuan atau 24,7% , dan sebaliknya, jika *Interactive Marketing* turun sebesar satu satuan, maka keputusan nasabah menabung juga akan mengalami penurunan sebesar 0,247 satuan dengan anggapan independen lain nilainya tetap.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t / T - test

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis ini benar. Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dari uji t dengan bantuan *software SPSS for windows Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,728	2,219		3,483	,001
1 Internal Marketing	,058	,118	,057	,495	,622
Eksternal Marketing	,304	,114	,301	2,674	,009
Interactive Marketing	,247	,110	,250	2,256	,026

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

Sumber : Output SPSS 20, data primer diolah 2016

Langkah-langkah pengujian Uji t sebagai berikut:

1) Variabel *Internal Marketing*

a) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *Internal Marketing* (IM) terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

H_a : Terdapat pengaruh *Internal Marketing* (IM) terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

b) Menentukan t hitung

Dari output diperoleh t tabel sebesar 0,495

c) Menentukan t tabel

$$0,05/2 = 0,025 \text{ (uji 2 sisi)}$$

$$df = n - k - 1 = 98 - 3 - 1 = 94$$

$$t \text{ tabel} = 1,986$$

d) Kriteria pengujian

(1) Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima

(2) Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

e) Membuat kesimpulan

Karena nilai t hitung $< t \text{ tabel}$ ($0,495 < 1,986$) maka H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Internal Marketing* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Dan berdasarkan signifikansi t tabel sebesar 0,622 yang

lebih besar dari nilai α sebesar 0,05 ($0,622 > 0,05$) maka ini berarti H_0 diterima.

2) Variabel *Eksternal Marketing*

a) Merumuskan Hipotesis :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *Eksternal Marketing* (EM) terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

H_a : Terdapat pengaruh *Eksternal Marketing* (EM) terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

b) Menentukan t hitung

Dari output diperoleh t hitung sebesar 2,674

c) Menentukan t tabel

$$0,05/2 = 0,025 \text{ (uji 2 sisi)}$$

$$df = n - k - 1 = 98 - 3 - 1 = 94$$

$$t \text{ tabel} = 1,986$$

d) Kriteria pengujian

(1) Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima

(2) Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

e) Membuat kesimpulan

Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($2,674 > 1,986$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Eksternal Marketing* secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

Dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,009 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 ($0,009 < 0,05$), maka ini berarti H_0 ditolak.

3) Variabel *Interactive Marketing*

a) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *Interactive Marketing* (ITM) terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

H_a : Terdapat pengaruh *Interactive Marketing* (ITM) terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

b) Menentukan t hitung

Dari output diperoleh t hitung sebesar 2,256

c) Menentukan t tabel

$$0,05/2 = 0,025 \text{ (uji 2 sisi)}$$

$$df = n - k - 1 = 98 - 3 - 1 = 94$$

$$t \text{ tabel} = 1,986$$

d) Kriteria pengujian

(1) Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima

(2) Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

e) Membuat kesimpulan

Karena nilai t hitung $> t$ tabel ($2,256 > 1,985$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Interactive Marketing* secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

Dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,026 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 ($0,026 < 0,05$), maka ini berarti H_0 ditolak.

b. Uji f / F - test

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dari uji F dengan bantuan *software SPSS for window versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	107,961	3	35,987	11,570	,000 ^b
Residual	292,375	94	3,110		
Total	400,337	97			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

b. Predictors: (Constant), Interactive Marketing, Eksternal Marketing, Internal Marketing

Sumber : Output SPSS 20, data primer diolah 2016

Langkah-langkah pengujian Uji F sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara *Internal Marketing* (IM), *Eksternal Marketing* (EM), dan *Interactive Marketing* (ITM) terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

H_a : Terdapat pengaruh secara simultan antara *Internal Marketing* (IM), *Eksternal Marketing* (EM), dan *Interactive Marketing* (ITM) terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

2) Menentukan F hitung

Dari output diperoleh F hitung sebesar 11,570

3) Menentukan F tabel

$$df = 4 - 1 = 3$$

$$df_2 = n - k - 1 = 98 - 3 - 1 = 94$$

$$F \text{ tabel} = 2.469$$

4) Kriteria pengujian

a) Jika F hitung < F tabel maka H_0 diterima

b) Jika F hitung > F tabel maka H_0 ditolak

5) Membuat kesimpulan

Karena F hitung > F tabel (11,570 > 2.469) maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara *Internal Marketing* (IM), *Eksternal Marketing* (EM), dan *Interactive Marketing* (ITM) terhadap keputusan nasabah menabung. Hal tersebut juga dapat dilihat dari nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 (0,000 < 0,05), sehingga H_0 ditolak.

6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (*Internal Marketing*, *Eksternal Marketing*, *Interactive Marketing*) terhadap variabel dependen (Keputusan Nasabah Menabung). Dari hasil uji analisis koefisien determinasi dengan bantuan *software SPSS for windows Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,519 ^a	,270	,246	1,764

a. Predictors: (Constant), *Interactive Marketing*, *Eksternal Marketing*, *Internal Marketing*

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

Sumber : Output SPSS 20, data primer diolah 2016

Pada tabel diatas terlihat bahwa angka *R Square* sebesar 0,270, ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel *Internal Marketing* (X_1), *Eksternal Marketing* (X_2), dan *Interactive Marketing* (X_3) adalah kuat. *Adjusted R Square* adalah 0,246 ini menunjukkan variabel *Internal Marketing* (X_1), *Eksternal Marketing* (X_2), dan *Interactive Marketing* (X_3) secara bersama-sama mempengaruhi keputusan nasabah menabung sebesar 24,6%. Sedangkan sisanya sebesar 75,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

7. Analisis Koefisien Regresi

Koefisien regresi digunakan untuk menguji variabel independen (*Internal Marketing*, *Eksternal Marketing*, dan *Interactive Marketing*) mana yang memiliki pengaruh paling dominan atau paling besar terhadap variabel dependen (Keputusan Nasabah Menabung). Dari hasil uji analisis koefisien determinasi dengan bantuan *software SPSS for windows Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.18
Uji Koefisien Regresi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,728	2,219		3,483	,001
1 Internal Marketing	,058	,118	,057	,495	,622
Eksternal Marketing	,304	,114	,301	2,674	,009
Interactive Marketing	,247	,110	,250	2,256	,026

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

Sumber: Output SPSS 20, data primer diolah 2016

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat disimpulkan bahwa dengan melihat hasil output koefisien regresi, terlihat bahwa variabel *Eksternal Marketing* memberikan pengaruh yang paling dominan atau yang paling besar terhadap keputusan nasabah menabung. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari nilai koefisien regresi variabel *Eksternal Marketing* yakni sebesar 0,304 yang merupakan paling besar dibandingkan dengan *Internal Marketing* dan *Interactive Marketing*.