

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

Bab ini menguraikan dan membahas hasil penelitian di lapangan dari persiapan sampai analisis dengan teknik dan metode yang telah ditentukan. Maka peneliti mengadakan perencanaan dan persiapan langkah-langkah tahapan penelitian agar berjalan secara sistematis. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Gambaran Umum PT.Bank Negara Indonesia (Persero),Tbk

PT. BANK NEGARA INDONESIA (Persero), Tbk berdiri semenjak tahun 1946 yang merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Nama awal yang digunakan adalah Bank BNI-46' namun seiring berjalannya waktu, tahun 1992 status hukum dan nama Bank BNI-46' berubah menjadi PT. BANK NEGARA INDONESIA (Persero), dan pada tahun 1996 keputusan Bank BNI-46' untuk menjadi perusahaan *go public* diwujudkan melalui penawaran saham perdana kepada masyarakat melalui pasar modal. PT. BANK NEGARA INDONESIA (Persero), Tbk merupakan bank pertama di Indonesia yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya.

Pada tahun 2004, identitas perusahaan yang diperbaharui mulai digunakan untuk menggambarkan prospek masa depan yang lebih baik. Setelah keberhasilan mengarungi masa-masa sulit, sebutan –Bank BNI- dipersingkat menjadi BNI, sedangkan tahun pendirian -46'- digunakan dalam logo perusahaan untuk

meneguhkan kebanggaan sebagai Bank Nasional pertama pada era Negara Kesatuan Republik Indonesia.

2. Sejarah Singkat BNI Syariah

PT. BANK NEGARA INDONESIA (Persero), Tbk merupakan salah satu pelopor dalam rangka mengembangkan bank syariah di Indonesia, terbukti pada tanggal 29 April 2000, PT. BANK NEGARA INDONESIA (Persero), Tbk membuka secara resmi Divisi Usaha Syariah. Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010, maka telah diperoleh izin usaha Bank Umum Syariah (BUS) PT. Bank BNI Syariah atau BNI Syariah. Dengan izin usaha ini, maka pada tanggal 19 Juni 2010, manajemen dan operasional BNI Syariah resmi pisah (*spin off*) dari Unit Usaha Syariah BNI. PT. Bank BNI Syariah merupakan anak perusahaan BNI yang bergerak dalam bidang perbankan syariah, sebagai hasil *spin off* Unit Usaha Syariah. Komposisi kepemilikan saham 99,99% dimiliki oleh BNI dan sisanya dimiliki oleh PT. BNI Life. Hingga akhir Mei 2010, Unit Usaha Syariah BNI memiliki aset sebesar Rp 5,2 triliun, total dana masyarakat sebesar Rp 4,2 triliun, total pembiayaan sebesar Rp 3,2 triliun, modal sebesar Rp 1 triliun, dengan *customer based* lebih dari 420 ribu nasabah.

Fokus utama dari BNI Syariah adalah pada bisnis ritel dan *consumer*, dimana strategi bisnis saat ini diarahkan untuk melayani masyarakat pada segmen UMKM dan pengembangan industri di daerah-daerah. Dalam menjalankan bisnis, BNI Syariah tetap akan selalu bersinergi dengan BNI dan seluruh perusahaan anak BNI dalam kerangka kerja *BNI Incorporated*. Saat ini, PT. Bank BNI Syariah memiliki 58 kantor cabang dan syariah *channeling outlet* di lebih dari 750 cabang

BNI. Didukung dengan jaringan 4.000 ATM BNI ditambah 10.000 ATM LINK dan 15.000 ATM Bersama, serta fasilitas *phone banking* 24 jam BNI Call di 021-5789 9999 atau 68888 (via ponsel), serta SMS Banking dan Internet Banking www.bni.co.id untuk kebutuhan transaksi perbankan dengan puluhan fitur.

3. Sejarah Singkat BNI Syariah Cabang Ruko Megah Indah Surabaya

Pada tanggal 15 Mei 2001, PT. BANK NEGARA INDONESIA (Persero), Tbk dengan Divisi Usaha Syariah memperluas jaringannya dengan membuka BNI Syariah cabang Ruko Megah Indah yang bertempat awal di Kompleks Pertokoan Megah Indah Surabaya berada di Jalan Ngagel Jaya Selatan Surabaya.

4. Visi dan Misi BNI Syariah

1) Visi BNI Syariah yaitu :

“Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.”

2) Misi BNI Syariah yaitu :

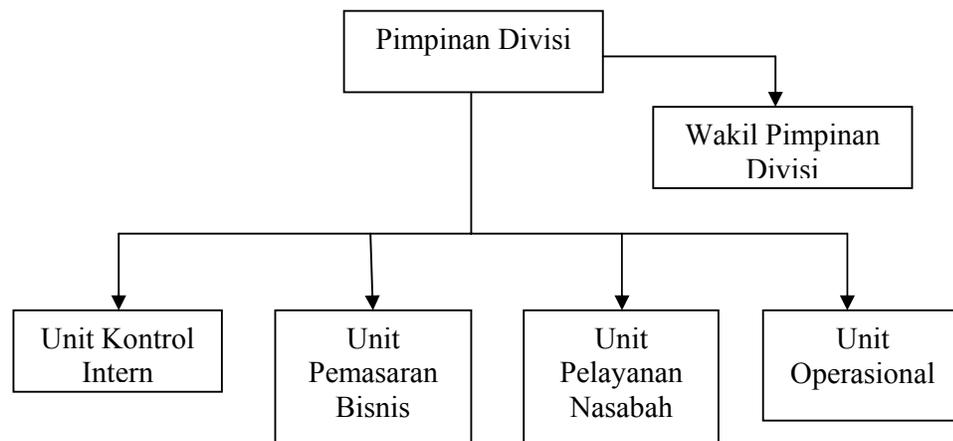
- a) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- b) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- c) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- d) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.
- e) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.”

5. Struktur Organisasi

Berdasarkan keputusan Direksi tanggal 18 April 2005 dan Surat Keputusan Direksi No.KP/172/DIR/R tanggal 26 April 2005 maka telah ditetapkan sistem manajemen BNI Syariah dalam rangka otonomi khusus terdiri atas Pimpinan Divisi dan Wakil Pimpinan Divisi yang diawasi oleh Dewan Pengawas Bisnis Syariah dan Dewan Pengawas Syariah. Lebih lanjut lagi hal ini disebut dengan “Otonomi Khusus BNI Syariah”.

Struktur organisasi pada PT. BNI Syariah secara garis besar dapat diligat sebagai berikut :

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi BNI Syariah



6. Deskripsi Jabatan

Berdasarkan struktur organisasi sesuai dengan penelitian yang penulis lakukan maka uraian jabatan *Customer Service Officer (CSO / Asisten Pelayanan Nasabah)*.

Di bawah kepemimpinan Pemimpin KCPS, CSO bertugas sebagai berikut :

- 1) Memberikan informasi produk dan jasa BNI Syariah kepada nasabah.
- 2) Mengelola dan melayani pembukaan rekening Giro *Wadi'ah* / Tabungan / Deposito *Mudārabah*.
- 3) Melaksanakan penjualan melalui *cross-selling*.
- 4) Tanggung jawab jabatan.

Seorang CSO melaksanakan kegiatan-kegiatan lain yang berkaitan dengan produk dana BNI Syariah, antara lain :

- 1) Memberikan informasi mengenai produk dan jasa BNI Syariah, syarat-syarat pembukaan rekening dan melayani pertanyaan nasabah mengenai penyelesaian transaksi atau saldo.
- 2) Mengadministrasikan dan membagikan Rekening Koran nasabah Giro *Wadi'ah* secara langsung atau melalui jasa pengiriman.
- 3) Mengadministrasikan permintaan dan pemberian buku cek / bilyet giro, mengelola formulir dan produk dan jasa BNI Syariah.
- 4) Mengelola dan mengadministrasikan permintaan pelayanan pembukaan, perubahan, dan penutupan rekening Giro *Wadi'ah* / Tabungan / Deposito.
- 5) Menyiapkan formulir aplikasi pembukaan rekening serta Kartu Contoh Tanda Tangan (KCT)
- 6) Mengecek dan memeriksa kebenaran bukti diri nasabah serta memantau perkembangan rekening-rekening nasabah.
- 7) Melakukan *scanning* KCT ke Sistem SVS.
- 8) Mengadministrasikan file nasabah dan memantau perkembangan rekening nasabah.

- 9) Memproses permintaan nasabah untuk memblokir cek/bilyet giro dan rehabilitasi daftar hitam (DHN) BI karena penarikan cek/BG kosong.
- 10) Menandatangani Buku Tabungan/Bilyet Deposito sesuai kewenangan.
- 11) Memantau daftar jatuh tempo Deposito *Mudārabah* serta memperpanjang jangka waktu deposito tersebut sesuai permintaan nasabah.
- 12) Mengelola dan mengadministrasikan pembayaran nominal Deposito *Mudārabah*/Tabungan/Giro *Wadi'ah* dan bagi hasil yang ditutup secara tunai dan pemindahan sesuai kewenangannya. Serta melakukan verifikasi, memproses permohonan pencairan, mencetak kuitansi pembayaran bagi hasil deposito.
- 13) Melayani permintaan dan penyerahan kartu ATM, serta memantau atau melaporkan permasalahan yang terjadi (jika kartu hilang/rusak) ke unit pengelolaannya.
- 14) Melakukan verifikasi tanda tangan nasabah, memeriksa saldo, meminta pengesahan penyelia dalam kegiatan penutupan rekening.
- 15) Membuka, merubah, atau menutup master data nasabah (CIF) dalam sistem ICONS.
- 16) Melaksanakan perbaikan atau penyempurnaan hasil temuan audit intern dan ekstern BNI.

Seorang CSO juga melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan transaksi dalam negeri, antara lain :

- 1) Membantu nasabah dalam kelengkapan aplikasi jasa dalam negeri dan luar negeri (Transfer, Kliring, RTGS).
- 2) Melayani dan membuat Surat Keterangan Bank.

- 3) Memproses penerbitan surat pemberitahuan Kiriman Uang dan menyampaikan pemberitahuannya kepada nasabah.
- 4) Mengelola pembayaran gaji melalui sistem *payroll* baik secara otomatis (*Auto Kredit*) atau manual, berkoordinasi dengan unit pelayanan uang tunai.
- 5) Meneliti akurasi atau validitas proses pembayaran gaji dengan sistem *payroll* dan melakukan perbaikan atau koreksi apabila tidak sesuai, berkoordinasi dengan unit pelayanan uang tunai.
- 6) Meminta persetujuan pejabat berwenang atas transaksi di atas batas kewenangannya.

Seorang CSO berpartisipasi aktif dalam kegiatan yang berkaitan dengan produk jasa/transaksi yang dikelola oleh Kantor Besar, Kantor Wilayah, atau pihak ketiga lainnya, antara lain :

- 1) Melayani pembukaan aplikasi *Phone Plus* untuk diteruskan ke Divisi Operasional.
- 2) Melayani permohonan dan penyerahan kartu ATM.
- 3) Mengelola dan mengadministrasikan setoran ONH (Ongkos Naik Haji) nasabah yang membuka rekening Tabungan Haji, serta memantau dan membuat laporan posisi ONH.
- 4) Membuat laporan yang berkaitan dengan implementasi Prinsip Mengenal Nasabah (*Know Your Costumer*).
- 5) Penyelesaian transaksi *Office Channeling* di Kantor Cabang BNI di bawah peneliaannya.

- 6) Pemenuhan kelengkapan buku tabungan, bilyet deposito, dan kelengkapan lainnya yang dibutuhkan.
- 7) Membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi terhadap layanan produk Syariah.

Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien. Sebagai contoh untuk melakukan pengiriman uang (*transfer*) dapat dilakukan pada saat itu juga dengan sistem *online* komputer. Padahal sebelumnya untuk mengirim uang dari satu bank ke lokasi lainnya memerlukan waktu beberapa hari.

Era teknologi yang berkembang begitu cepat ini, saatnya bank menjemput bola dengan mengejar nasabah bukan menunggu nasabah. Bank juga harus pandai membaca keinginan dan kebutuhan nasabahnya melalui berbagai cara seperti melalui riset pemasaran. Dalam melakukan pemasaran, bank harus memiliki sasaran yang hendak dicapai, yaitu tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Untuk mencapai sasaran tersebut maka bank perlu :

- 1) Menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabahnya.
- 2) Memberikan nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk pesaing.
- 3) Menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan terhadap produknya.

- 4) Memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan.
- 5) Memberikan pelayanan yang maksimal mulai dari calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
- 6) Berusaha menarik minat konsumen untuk menjadi nasabah bank.
- 7) Berusaha untuk mempertahankan nasabah lama dan berusaha mencari nasabah baru baik dari segi jumlah maupun kualitas nasabah.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Analisis statistik yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel promosi (X_1), dan profit sharing (X_2), terhadap tabungan *Mudārabah* (Y).

1. Karakteristik umum berdasarkan usia nasabah

Tabel 4.1 Distribusi frekuensi karakteristik berdasarkan usia nasabah Bank BNI Syariah Cabang Ruko Megah Indah Surabaya, Tahun 2014

Usia	Frekuensi (Nasabah)	Presentase (%)
< 20 tahun	6	18,75
20 – 30 tahun	11	34,38
31 – 40 tahun	7	21,87
> 40 tahun	8	25
Total	32	100

Sumber : Lampiran 3 : Data Responden, 2014

Grafik 4.1 Karakteristik Nasabah berdasarkan Usia

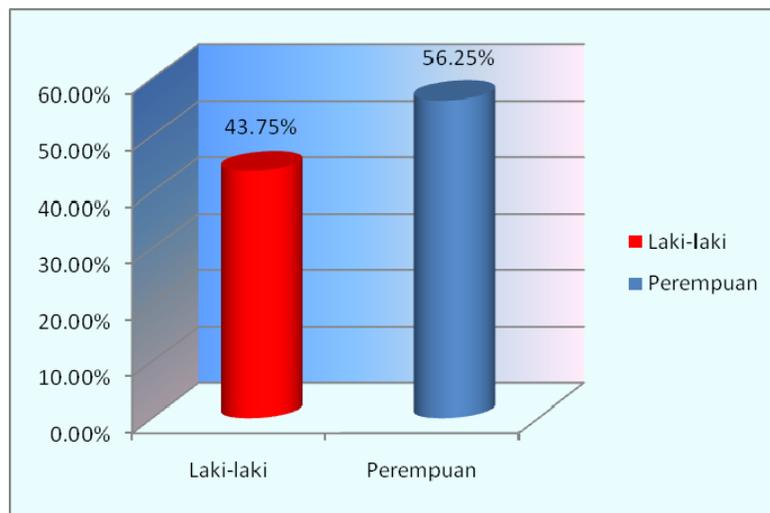
Dari tabel 4.1 diatas dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia nasabah Bank BNI Syariah Cabang Ruko Megah Indah Surabaya Tahun 2014, ternyata dari 32 nasabah yang diteliti mayoritas berusia 20-30 tahun sebesar 11 orang atau 34,38%. Sedangkan urutan terbesar selanjutnya pada usia > 40 tahun sebanyak 8 orang atau 25%, selanjutnya usia antara 31-40 tahun sebanyak 7 orang atau 21,87% dan yang terakhir berusia < 20 tahun sebanyak 6 orang atau 18,75%.

2. Karakteristik umum berdasarkan jenis kelamin nasabah

Tabel 4.2 Distribusi frekuensi karakteristik berdasarkan jenis kelamin nasabah Bank BNI Syariah Cabang Ruko Megah Indah Surabaya, Tahun 2014

Jenis Kelamin	Frekuensi (Nasabah)	Presentase (%)
Laki-laki	14	43,75
Perempuan	18	56,25
Total	32	100

Sumber : Lampiran 3 : Data Responden, 2014

Grafik 4.2 Karakteristik Nasabah berdasarkan Jenis Kelamin

Dari tabel 4.2 diatas dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin nasabah Bank BNI Syariah Cabang Ruko Megah Indah Surabaya Tahun 2014, ternyata dari 32 nasabah yang diteliti mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 18 orang atau 56,25%. Jumlah nasabah pria berjumlah 14 orang (43,75%).

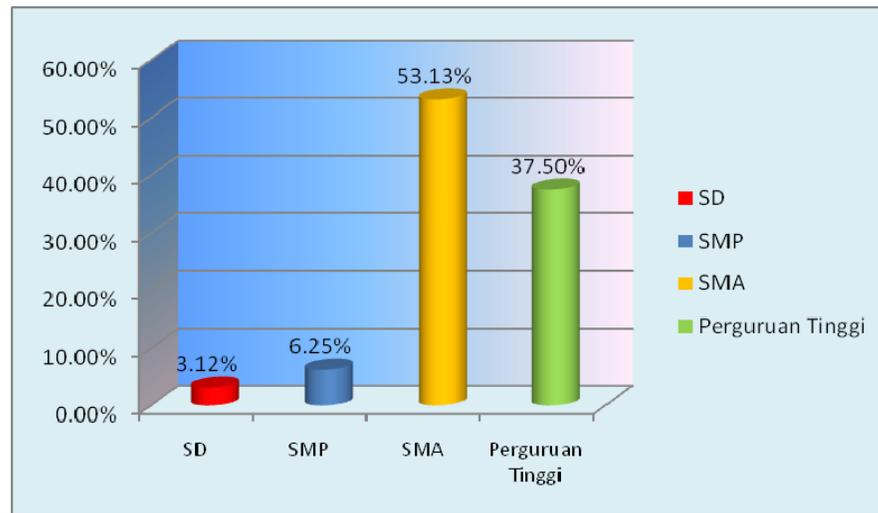
3. Karakteristik umum berdasarkan pendidikan nasabah

Tabel 4.3. Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan pendidikan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Ruko Megah Indah Surabaya, Tahun 2014

Pendidikan	Frekuensi (Nasabah)	Presentase (%)
SD	1	3,12
SMP	2	6,25
SMA	17	53,13
Perguruan Tinggi	12	37,50
Total	32	100

Sumber : Lampiran 3 : Data Responden, 2014

Grafik 4.3 Karakteristik Nasabah berdasarkan Pendidikan Terakhir



Dari tabel 4.3 diatas dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir nasabah Bank BNI Syariah Cabang Ruko Megah Indah Surabaya Tahun 2014, ternyata dari 43 nasabah yang diteliti mayoritas berpendidikan SMA yaitu 17 orang atau 53,13%, 12 orang atau 37,50% perguruan tinggi, 2 orang atau 6,25% berpendidikan SMP dan terakhir berpendidikan SD sebanyak 1 orang atau 3,12%.

C. Hasil Tanggapan Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh, maka dapat dijabarkan berbagai informasi konkrit tentang tanggapan 32 nasabah yang diteliti. Variabel-variabel penelitian yang dimaksud adalah promosi (X_1), profi sharing (X_2), dan terhadap tabungan *Mudārabah* (Y).

1. Variabel promosi (X_1)

Variabel promosi terdiri dari 3 pernyataan. Hasil deskriptif dari indikator variable X_1 ditampilkan sebagai berikut :

Tabel 4.4

Tanggapan Nasabah terhadap Variabel Promosi (X_1)

Indikator Variabel	Jawaban			Bobot	Mean
	TS	CS	S		
Promosi yang dilakukan oleh PT.Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya melalui pemberin Souvenir atau Cinderamata menarik	0	1	31	95	2,97
Produk Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya telah diinformasikan ke berbagai kalangan masyarakat	0	2	30	94	2,94
Menurut saya iklan Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya bagus dan menarik perhatian	0	2	30	94	2,94
Total rata-rata					2,95

Sumber: Lampiran 4 : Frekuensi

Pada Tabel 4.4 bisa dijelaskan tanggapan nasabah terhadap kegiatan promosi yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya sebagai berikut :

- 1) Untuk pernyataan pertama, dari 32 nasabah sebagian besar menyatakan setuju bahwa promosi yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya melalui pemberian souvenir dan cinderamata menarik, dinyatakan oleh 31 nasabah. Keseluruhan jawaban nasabah mempunyai nilai rata-rata sebesar 2,97.
- 2) Untuk pertanyaan kedua dari 32 nasabah sebagian besar menyatakan setuju bahwa produk PT. Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya telah

diinformasikan ke berbagai kalangan masyarakat, dinyatakan oleh 30 responden. Keseluruhan jawaban nasabah mempunyai nilai rata-rata sebesar 2,94.

- 3) Pada pernyataan ketiga dari 32 nasabah, sebagian besar nasabah menyatakan setuju bahwa menurut saya iklan PT, Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya bagus dan menarik perhatian, dengan dinyatakan 30 nasabah. Keseluruhan jawaban nasabah mempunyai nilai rata-rata sebesar 2,94.

Keseluruhan jawaban nasabah pada indikator variable promosi mempunyai rata-rata mean sebesar 2,95

2. Variabel *Profit Sharing* (X_2)

Variabel *profit sharing* terdiri dari 3 pernyataan. Hasil deskriptif dari indikator variabel X_2 ditampilkan sebagai berikut :

Tabel 4.5

Tanggapan Nasabah terhadap Variabel *Profit Sharing* (X_2)

Indikator Variabel	Jawaban			Bobot	Mean
	TS	CS	S		
Profit sharing yang diberikan BNI Syariah Cabang RMI lebih menguntungkan dibandingkan bunga bank	0	2	30	94	2,94
Profit sharing yang diberikan BNI Syariah Cabang RMI Surabaya lebih menguntungkan dibandingkan bank syariah lain	0	2	30	94	2,94
Kesepakatan tentang profit sharing di BNI Syariah Cabang RMI Surabaya bersifat fleksibel dan menguntungkan kedua belah pihak	0	2	30	94	2,94
Total rata-rata					2,94

Sumber: Lampiran 4 : Frekuensi

Pada Tabel 4.5 bisa dijelaskan tanggapan nasabah terhadap variabel *profit sharing* sebagai berikut :

- 1) Untuk pernyataan pertama, dari 32 nasabah sebagian besar menjawab setuju yakni sebanyak 30 nasabah bahwa *profit sharing* yang diberikan PT. Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya lebih menguntungkan dibandingkan bunga bank. Keseluruhan jawaban responden mempunyai nilai rata-rata sebesar 2,94
- 2) Untuk pernyataan kedua, dari 32 nasabah sebagian besar menjawab setuju yakni sebanyak 30 nasabah bahwa *profit sharing* yang diberikan PT. Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya lebih menguntungkan dibandingkan Bank Syariah lain. Keseluruhan jawaban nasabah mempunyai nilai rata-rata sebesar 2,94.
- 3) Untuk pernyataan ketiga, dari 32 nasabah sebagian besar menjawab setuju yakni sebanyak 30 nasabah bahwa kesepakatan tentang *profit sharing* di PT. Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya bersifat fleksibel dan menguntungkan kedua belah pihak. Keseluruhan jawaban nasabah mempunyai nilai rata-rata sebesar 2,94.

Keseluruhan jawaban variable *profit sharing* di PT. Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya mempunyai rata-rata / mean sebesar 2,94.

3. Variabel tabungan *Mudārabah* (Y)

Variabel tabungan *Mudārabah* PT. Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya terdiri dari 3 pernyataan. Hasil deskriptif dari indikator variabel tabungan *Mudārabah* ditampilkan sebagai berikut :

Tabel 4.6
Tanggapan Manager terhadap Variabel Tabungan *Mudārabah* (Y)

Indikator Variabel	Jawaban			Bobot	Mean
	TN	TP	N		
Menurut saudara bagaimana jumlah tabungan nasabah X bulan sekarang dengan bulan kemarin.	0	2	30	94	2,94
Menurut saudara bagaimana jumlah tabungan nasabah X semester I 2013 dengan semester II 2013	0	2	30	94	2,94
Menurut saudara bagaimana rata-rata tabungan nasabah X tahun 2011 dengan tahun 2012	0	2	30	94	2,94
Total rata-rata					2,94

Sumber: Lampiran 4 : Frekuensi

Pada Tabel 4.6 bisa dijelaskan tanggapan Manager terhadap variabel tabungan *Mudārabah* nasabah sebagai berikut :

- 1) Untuk pernyataan pertama, dari 32 nasabah terdapat 30 nasabah dinyatakan jumlah tabungan *Mudārabah* naik dari bulan sekarang dengan bulan sebelumnya, 2 nasabah dinyatakan jumlah tabungan *Mudārabah* tetap. Keseluruhan jawaban responden mempunyai rata-rata jawaban sebesar 2,94.
- 2) Untuk pernyataan kedua, dari 32 nasabah terdapat 30 nasabah dinyatakan jumlah tabungan *Mudārabah* naik dari semester I tahun 2013 ke semester II

tahun 2013, 2 nasabah dinyatakan jumlah tabungan *Mudārabah* tetap. Keseluruhan jawaban responden mempunyai rata-rata jawaban sebesar 2,94.

- 3) Untuk pernyataan ketiga, dari 32 nasabah terdapat 30 nasabah dinyatakan naik jumlah rata-rata tabungan *Mudārabah* dari tahun 2011 dengan tahun 2012. Sedangkan 2 nasabah dinyatakan tetap. Keseluruhan jawaban responden mempunyai rata-rata jawaban sebesar 2,94.

D. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Yang dimaksud dengan validitas adalah suatu derajat ketepatan item-item dalam instrumen (kuesioner) untuk mengukur suatu variabel penelitian. Analisis validitas ini bertujuan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan benar-benar telah sah, paling tidak dapat menetapkan derajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang diyakini dalam pengukuran dengan menggunakan *Product Moment Pearson*.

Uji validitas dilakukan atas item-item pernyataan dari kuesioner yaitu dengan jalan menghitung *koefisien korelasi pearson* dari tiap-tiap pernyataan dengan nilai total yang diperoleh. Kemudian angka koefisien korelasi yang diperoleh dari masing-masing pernyataan dibandingkan dengan angka kritis r yang ada pada tabel kritis r *product moment* sesuai dengan derajat kebebasan (32-2-1) dan tingkat signifikansi 5%.

Bila angka koefisien korelasinya lebih besar dari angka nilai kritis r (**0,2366**), maka suatu pernyataan dianggap valid, dan sebaliknya jika angka koefisien korelasinya lebih kecil dari angka nilai kritis r (**0,2366**) maka suatu pernyataan dianggap gugur atau tidak valid.

Sedangkan Uji *reabilitas* dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen pengukuran dapat diandalkan atau dapat dipercaya dalam mengukur suatu obyek yang akan diukur.

Dalam uji *reabilitas* dilakukan dengan *alpha cronbach*. Suatu instrumen dikatakan *reliabel* apabila nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0.6 (Ghozali, Imam. 2002). Hasil dari pengujian validitas dan realibilitas dari setiap variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	No. Item	Koefisien Validitas	Ket	Koefisien Reliabilitas	Ket
Promosi (X_1)	X _{1.1}	0,653	Valid	0,639	Reliabel
	X _{1.2}	0,939	Valid		
	X _{1.3}	0,685	Valid		
Profit sharing (X_2)	X _{2.1}	0,803	Valid	0,724	Reliabel
	X _{2.2}	0,803	Valid		
	X _{2.3}	0,803	Valid		
Tabungan Mudharabah (Y)	Y _{1.1}	0,941	Valid	0,845	Reliabel
	Y _{1.2}	0,941	Valid		
	Y _{1.3}	0,738	Valid		

Sumber: Lampiran 5 : data primer diolah.

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan data yang diteliti adalah *valid* dan *reliabel*, sehingga instrumen penelitian layak digunakan.

2. Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda

Setelah melakukan pengujian pengaruh variabel Promosi (X_1), dan *Profit sharing* (X_2) terhadap Tabungan *Mudārabah* (Y) dengan menggunakan computer program SPSS for Windows Versi 17 maka didapatkan persamaan regresi yang sesuai dengan model yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = 6,568 - 0,238 X_1 + 493 X_2$$

Di mana :

Y = Tabungan *Mudārabah*

X_1 = variabel Promosi

X_2 = variabel *Profit sharing*

Interpretasi dari model regresi diatas adalah sebagai berikut :

- 1) Konstanta (β_0) = 6,568 menunjukkan besarnya pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat, apabila variabel bebas = 0 maka nilai tabungan *Mudārabah* sebesar 6,568.
- 2) Nilai koefisien promosi (β_1) sebesar -0,236 menunjukkan bahwa jika promosi meningkat satu satuan maka akan menurunkan tabungan *Mudārabah* nasabah sebesar 0,236 dengan asumsi variabel bebas lain konstan.
- 3) Nilai koefisien reliability (β_2) sebesar 0,493 menunjukkan bahwa jika *profit sharing* meningkat satu satuan maka akan meningkatkan tabungan *Mudārabah* nasabah sebesar 0,493 dengan asumsi variabel bebas lain konstan.

Hasil analisis penelitian dengan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program statistik SPSS For Windows versi 17, juga menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi (B)	Standart Error	t	Sig t
Promosi (X_1)	-0,238	0,212	-1,120	0,272
Profit sharing (X_2)	0,493	0,185	2,671	0,012
Konstanta = 6,568	F = 3,710			
R = 0.452	Signifikansi = 0,036			
R Squared = 0.204	α = 0,05			
Adjusted R Squared = 0.149				

Sumber : Lampiran 6 : data yang diolah

Dari tabel 4.8 diatas, diperoleh hasil Korelasi R sebesar 0,452, hal ini berarti bahwa variabel promosi, dan *profit sharing* mempunyai pengaruh yang sedang terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah.

Nilai koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,149. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yang terdiri dari promosi dan *profit sharing* mempunyai pengaruh sebesar 14,9% terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah sedangkan sisanya 85,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

3. Hipotesis secara simultan

Untuk menguji hipotesis pertama dilakukan uji F yang menunjukkan pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel promosi (X_1), dan *profit sharing* (X_2) terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah (Y). Berdasarkan hasil uji F sesuai perhitungan SPSS for Windows Versi 17.0 dapat dilihat pada lampiran seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 4.9
Hasil Perhitungan Uji F

Model Anova	Sum of Squares	Df	Mean Square	F
Regression	2,628	2	1,314	3,719
Residual	10,247	29	0,353	
Total	12,875	31		
F-Tabel :	3,32			

Sumber : Lampiran 6

Langkah-langkah pengujian :

1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya, variabel promosi (X_1), dan *profit sharing* (X_2) tidak berpengaruh secara simultan terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah (Y).

$H_1 : \beta_i \neq 0$

Artinya, variabel promosi (X_1), dan *profit sharing* (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap tingkat kepuasan konsumen (Y).

2) $F_{\text{tabel}} (df \text{ pembilang} / k ; df \text{ penyebut} / n - k - 1)$

$F_{\text{tabel}} (2 ; 29) = 3,32$

3) Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu :

a. Bila $F_{\text{hitung}} \geq 3,32$, maka H_0 ditolak

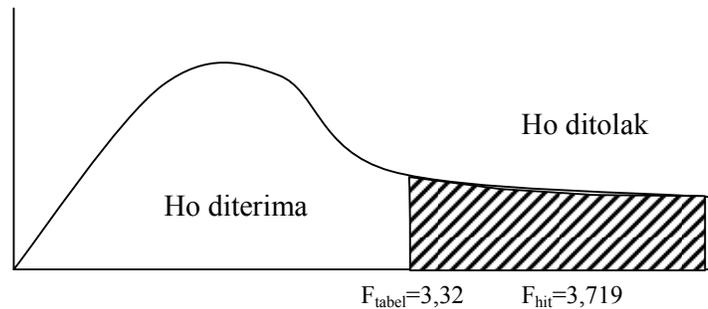
b. Bila $F_{\text{hitung}} < 3,32$, maka H_0 diterima.

4) $F_{\text{hitung}} = \frac{\text{Mean of square regresi}}{\text{Mean of square residual}}$

$= 3,719$

Gambar 4.2

**KURVA DAERAH PENERIMAAN ATAU PENOLAKAN HIPOTESIS
SECARA SIMULTAN**



Berdasarkan Gambar 4.1, diketahui $F_{hitung} = 3,719 > F_{tabel} = 3,32$ (taraf signifikansi 5 persen, df pembilang 2 dan df penyebut 29) dengan $\alpha = 0,036$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti faktor promosi dan *profit sharing* secara simultan berpengaruh terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah (Y). Dengan demikian hipotesis pertama yang penulis ajukan **dapat didukung kebenarannya**.

4. Hipotesis secara partial

Untuk menguji hipotesis kedua digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel.

1) Uji parsial antara variabel promosi (X_1) terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah (Y)

a. $H_0 : \beta_1 = 0$ (Artinya, variabel promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah)

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ (Artinya, variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah)

b. $\alpha/2 = 0,025$ dengan $df (n - 1) = 30$

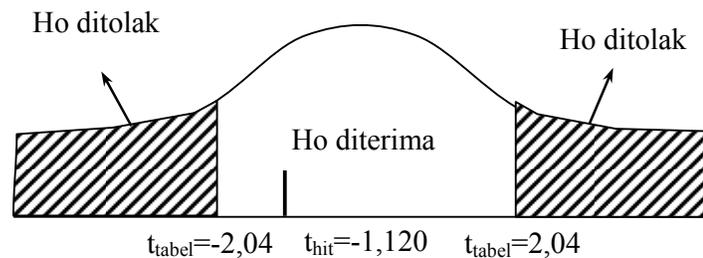
$$t_{\text{tabel}} = 2,04$$

$$\begin{aligned} \text{c. } t_{\text{hitung}} &= \frac{b_1}{\text{Se}(b_1)} \\ &= -1,120 \end{aligned}$$

c. Pengujian

Gambar 4.3

**KRITERIA DAERAH PENERIMAAN ATAU PENOLAKAN HIPOTESIS
VARIABEL PROMOSI (X_1)**



Berdasarkan output *SPSS versi 17* diperoleh t_{hitung} sebesar $-1,120 >$ dari t_{tabel} sebesar $-2,04$ dan $<$ dari t_{tabel} sebesar $2,04$ maka H_0 diterima pada tingkat signifikansi $2,5\%$ sehingga kesimpulannya secara parsial variabel promosi **tidak memiliki pengaruh** terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya

2) Uji parsial antara variabel *profit sharing* (X_2) terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah (Y)

a. $H_0 : \beta_2 = 0$ (Artinya, variabel *profit sharing* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah)

$H_1 : \beta_2 \neq 0$ (Artinya, variabel *profit sharing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah)

b. $\alpha/2 = 0,025$ dengan $df (n - 1) = 30$

$$t_{\text{tabel}} = 2,04$$

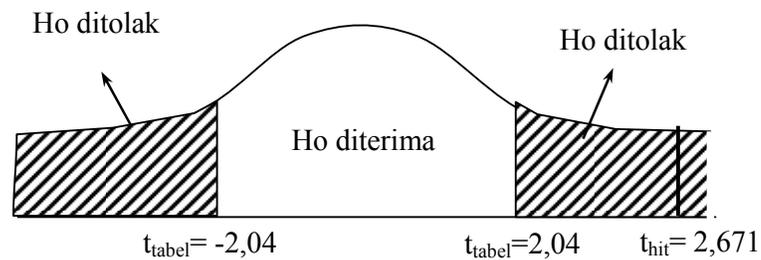
c. $t_{\text{hitung}} = \frac{b_2}{Se(b_2)}$

$$= 2,671$$

d. Pengujian

Gambar 4.4

KRITERIA DAERAH PENERIMAAN ATAU PENOLAKAN HIPOTESIS VARIABEL PROFIT SHARING (X_2)



Berdasarkan output *SPSS versi 17* diperoleh t_{hitung} sebesar $2,671 >$ dari t_{tabel} sebesar $2,04$ maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi $2,5\%$ sehingga kesimpulannya secara parsial variabel *profit sharing* memiliki **pengaruh** terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah.

Tabel 4.10
Hasil Analisis Uji t

Variabel	t-Hitung	t-Tabel	Kesimpulan
Promosi (X_1)	-1,120	2,04	H_0 Diterima
Profit sharing (X_2)	2,671	2,04	H_0 Ditolak

Sumber : Lampiran 6

Dari tabel 4.10 diatas diperoleh hasil bahwa *profit sharing* (X_2), secara parsial berpengaruh terhadap peningkatan tabungan *Mudārabah* nasabah. Sedangkan variable promosi (X_1) tidak berpengaruh terhadap peningkatan tabungan *Mudārabah* nasabah. Dengan demikian hipotesis kedua tentang faktor promosi dan nilai *profit sharing* secara partial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume tabungan *mudhorabah* nasabah yang penulis ajukan **tidak dapat didukung kebenarannya**.

5. Hasil Outlier Persamaan Regresi Linier Berganda

Setelah dilakukan uji regresi berganda pada variabel Promosi (X_1), dan *Profit sharing* (X_2) terhadap Tabungan *Mudārabah* (Y) diatas maka ditemukan variable promosi menunjukkan tidak ada pengaruhnya terhadap variable peningkatan tabungan *Mudārabah* nasabah Bank BNI Cabang RMI Surabaya sehingga diperlukan pengecekan data-data ekstrim dengan menggunakan uji Outlier. *Outliers* adalah nama bagi subyek yang unik/ ekstrim, karena data unik-unik ini dapat mengacaukan, sehingga secara statistik ini bisa dihilangkan.

Ketentuan dalam menghilangkan data ekstrim, apabila nilai *Mahal's Distance* untuk jumlah sampel 30 ($N=30$) nilai di atas 11, perlu dipertimbangkan untuk dihilangkan, sedangkan $N=100$, nilai di atas 15 yang dihilangkan.

Hasil uji regresi setelah dilakukan outlier dengan menggunakan computer program SPSS for Windows Versi 17 maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -9.000 + 2,000X_2$$

Di mana :

Y = Tabungan *Mudārabah*

X_2 = variabel *Profit sharing*

Interpretasi dari model regresi diatas adalah sebagai berikut :

- 1) Konstanta (β_0) = -9,000 menunjukkan besarnya pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat, apabila variabel bebas = 0 maka nilai tabungan *Mudārabah* sebesar -9,000.
- 2) Nilai koefisien reliability (β_2) sebesar 12,052 menunjukkan bahwa jika *profit sharing* meningkat satu satuan maka akan meningkatkan tabungan *Mudārabah* nasabah sebesar 12,052.

Hasil analisis penelitian dengan teknik analisis regresi linier dengan menggunakan program statistik SPSS For Windows versi 17, juga menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi (B)	Standart Error	t	Sig t
Profit sharing (X_2)	2,000	0,166	12,052	0,000
Konstanta = -9,000	F		= 145,241	
R = 0,918	Signifikansi		= 0,00	
R Squared = 0.843	α		= 0,05	
Adjusted R Squared = 0.837				

Sumber : Lampiran 4 : data yang diolah

Dari tabel 4.11 diatas, diperoleh hasil Korelasi R sebesar 0,918, hal ini berarti bahwa variabel *profit sharing* mempunyai pengaruh yang kuat terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah.

Nilai koefisien determinasi (adjusted R square) sebesar 0,837. Hal ini berarti bahwa variabel bebas *profit sharing* mempunyai pengaruh sebesar 83,7% terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah sedangkan sisanya 16,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

6. Hipotesis Uji F

Untuk menguji hipotesis pertama dilakukan uji F yang menunjukkan pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel *profit sharing* (X_2) terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah (Y). Berdasarkan hasil uji F sesuai perhitungan SPSS for Windows Versi 17.0 dapat dilihat pada lampiran seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 4.12
Hasil Perhitungan Uji F

Model Anova	<i>Sum of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F
Regression	10,759	1	10,759	145,241
Residual	2,000	27	0,074	
Total	12,759	28		
F-Tabel :	3,32			

Sumber : Lampiran 7

Langkah-langkah pengujian :

$$1) H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

Artinya, variabel *profit sharing* (X_2) tidak berpengaruh terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah (Y).

$$H_1 : \beta_i \neq 0$$

Artinya, *profit sharing* (X_2) berpengaruh terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah (Y).

$$2) F_{\text{tabel}} (\text{df pembilang/ } k ; \text{df penyebut / } n - k - 1)$$

$$F_{\text{tabel}} (1 ; 27) = 4,21$$

3) Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu :

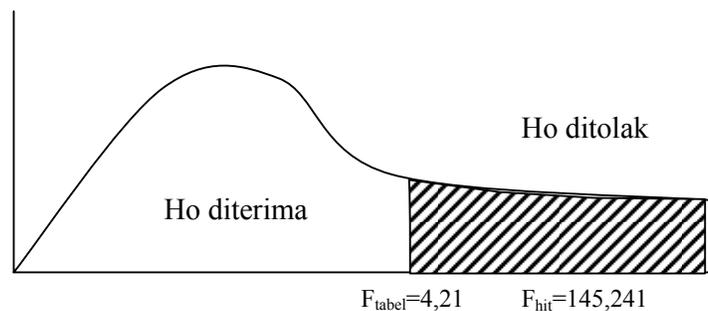
a. Bila $F_{\text{hitung}} \geq 4,21$, maka H_0 ditolak

b. Bila $F_{\text{hitung}} < 4,21$, maka H_0 diterima.

$$4) F_{\text{hitung}} = \frac{\text{Mean of square regresi}}{\text{Mean of square residual}}$$

$$= 145,241$$

Gambar 4.5
KURVA DAERAH PENERIMAAN ATAU PENOLAKAN HIPOTESIS



Berdasarkan Gambar 4.4, diketahui $F_{hitung} = 145,241 > F_{tabel} = 4,21$ (taraf signifikansi 5 persen, df pembilang 1 dan df penyebut 27) dengan $\alpha = 0,00$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti faktor *profit sharing* berpengaruh terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah (Y).